平成２７年度　伴走型小規模事業者支援推進事業

地域の経済動向
【小売業】調査結果報告書

平成 28 年 2 月

徳地商工会

土井合同事務所　土井 一海

目　　次

第１章　地域経済動向の調査概要（小売業）..... 3
（１）調査目的..... 3
（２）調査期間・方法..... 3
（３）集計やグラフについて..... 3

第２章　小売業調査・集計結果..... 4
１．調査企業の概要..... 4
（１）営業年数（数量）..... 4
（２）代表者の年齢（数量）..... 4
（３）役員・従業員数..... 4
（４）売上高（ＳＡ）..... 5
２．質問に対する回答集計・分析結果..... 5
Ｑ１　主たる業種・従たる業種..... 5
Ｑ２　兼業の状況（ＳＡ）..... 6
Ｑ３　後継者の状況..... 6
Ｑ４　役員及び従業員の状況..... 6
Ｑ５　立地環境..... 7
Ｑ６　今期の業績見通し（ＳＡ）..... 7
Ｑ７　昨年の設備投資動向（ＳＡ）..... 9
Ｑ８　直面している経営上の問題点（ＳＡ）..... 9
Ｑ９　顧客の状況..... 10
Ｑ１０　仕入商品の選択基準..... 13
Ｑ１１　在庫長期化防止対策..... 13
Ｑ１２　顧客に好まれる店..... 13
Ｑ１３　顧客が自店で買物する理由..... 14
Ｑ１４　今後の経営方針..... 14
Ｑ１５　経営方針達成に必要な取組等..... 15
Ｑ１６　商工会への意見や要望..... 15
３．小売業種別のクロス集計・分析結果..... 16
（１）調査企業の概要..... 16
（２）質問項目に対する回答..... 16
４．代表者の年代別のクロス集計・分析結果..... 19

第３章　調査結果のまとめ 20

第４章　参考資料 22
１．小売業アンケート調査 22
（１）アンケート調査票 22
（２）単純集計表 28
（３）業種別クロス集計表 35
（４）経営者の年代別クロス集計表 49

第１章　地域経済動向の調査概要（小売業）

（１）調査目的

小規模事業者を無作為に抽出し、事業者からアンケート調査等で得られた個々の企業の売上動向、仕入動向、資金繰り動向・採算動向等の調査結果と、4 半期に 1 回実施する景況調査、日本政策金融公庫の各種実態調査、その他統計資料情報等から得られる地域の経済動向資料を調査・分析し、個々の企業の経営状況に応じた情報提供体制を整備する。

（２）調査期間・方法

○ 調査期間：平成２７年１２月１５日～平成２８年１月１５日

○ 調査内容：巻末のアンケート調査票を参照願います。

○ 調査方法：商工会会員の小規模事業者に調査票を配布、記入後商工会が、郵送・FAX にて回収した。

○ 小売業回収結果：配布枚数　４５枚
回収枚数　３３枚
回収率　　７３.３％

○ 集計・分析期間：平成２８年１月２５日～２月５日

（３）集計やグラフについて

・ ＳＡ（選択肢から１ヶのみ選択）、ＭＡ（複数選択）、数量（数字記入）を表す。
・ 単純集計は、不明（無回答）を含め 100%として集計した。（「不明」は、選択もしくは記入がなかった回答の件数。）
・ MA は回答のあった合計件数を表記、構成比は回答者数に対する比率を表記したため 100%を超えている。
・ 集計表を目視で理解しやすいよう、ウェイトが高いカテゴリーを網掛けし強調した。
・ より詳細に分析するため、「代表者の年代」と「主たる業種」でクロス集計した。
・ 主たる業種別集計は「飲食料品」、「衣料品・日用雑貨等」、「その他」の３業種で括った。同様に代表者の年代は「59 歳以下」、「60 歳代」、「70 歳以上」で括った。
・ 円グラフのデータラベル及び本文の%標記は、スペースの関係で整数表記とした。
・ クロス集計グラフは、各カテゴリー毎に 100%の横棒グラフとし、右端にｎ数を記載した。ｎ数はＳＡだと回答件数＝回答者数となるが、ＭＡは回答件数＞回答者数となる。

【注意点】

・ 役員や従業員の人数及び完成工事の受注割合等で、明らかな数字の誤りは補正した。
・ 調査・集計結果の本文では、主要な数値やグラフを用いて表現し、一部は割愛した。詳細なデータは、「第４章　参考資料にある調査票や集計表を参照のこと」。

第２章　小売業調査・集計結果

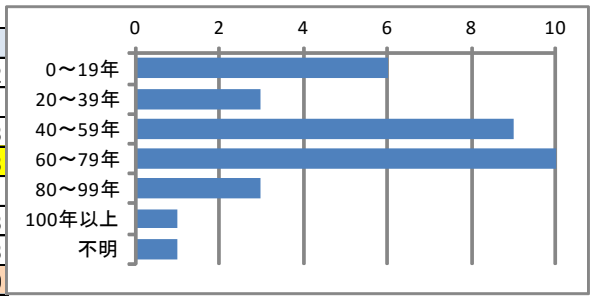
１．調査企業の概要

（１）営業年数（数量）

営業年数を 10 年単位でみると、「60～79 年」が 10 件（30%）で最も多い。20 年未満の比較的業歴の浅い企業は 6 件（18%）で、業歴 40 年以上と長い企業が 70%を超え、80 年以上の企業が 4 件（12%）ある。

営業年数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0～19年	6	18.2
2	20～39年	3	9.1
3	40～59年	9	27.3
4	60～79年	10	30.3
5	80～99年	3	9.1
6	100年以上	1	3
	不明	1	3
サンプル数（%ﾍﾞｰｽ）		33	100



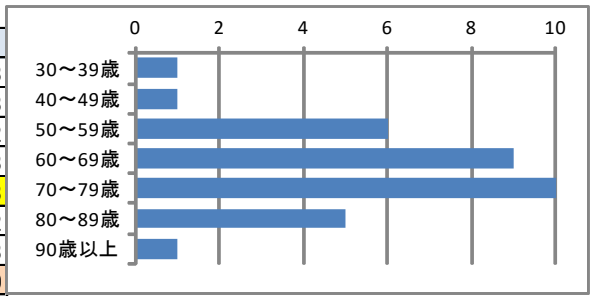
（２）代表者の年齢（数量）

代表者の年齢を 10 年歳位でみると、「70～79 歳」が 10 件（30%）で最も多く、2 番目が「60～69 歳」の 9 件で、60 歳以上の合計が 76%となり、代表者の高齢化が進んでいる。

また、20 代の代表者はゼロで、「30～39 歳」、「40～49 歳」が各 1 件で若手の代表者が少ない。

代表者年齢　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	30～39歳	1	3
2	40～49歳	1	3
3	50～59歳	6	18.2
4	60～69歳	9	27.3
5	70～79歳	10	30.3
6	80～89歳	5	15.2
7	90歳以上	1	3
サンプル数（%ﾍﾞｰｽ）		33	100



（３）役員・従業員数

役員・事業主数は「1 人」が 19 件（58%）、「2 人」が 9 件。正社員数は「0 人」が 20 件（61%）、「1~5 人」が 10 件。パートは「0 人」が 21 件（64%）、「1 人」が 8 件となっている。

これらを合計人数でみると、「1~5 人」が 24 件（73%）と小規模事業者が多い。その一方で、「21~25 人」、「26 人以上」の企業が各 2 件ある。

役員又は事業主数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	1	3
2	1人	19	57.6
3	2人	9	27.3
4	3人以上	4	12.1
	不明	0	0
サンプル数（%ﾍﾞｰｽ）		33	100

正社員数　（数量）

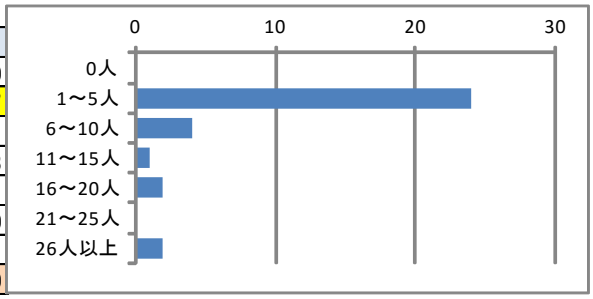
No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	20	60.6
2	1～5人	10	30.3
3	6～10人	1	3
4	11～15人	2	6.1
5	16人以上	0	0
サンプル数（%ﾍﾞｰｽ）		33	100

パート数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	21	63.6
2	1～5人	8	24.2
3	6～10人	3	9.1
4	11～15人	0	0
5	16～20人	0	0
6	21～25人	1	3
7	26人以上	0	0
サンプル数（%ﾍﾞｰｽ）		33	100

合計人数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	0	0
2	1～5人	24	72.7
3	6～10人	4	12.1
4	11～15人	1	3
5	16～20人	2	6.1
6	21～25人	0	0
7	26人以上	2	6.1
サンプル数（%ベース）		33	100

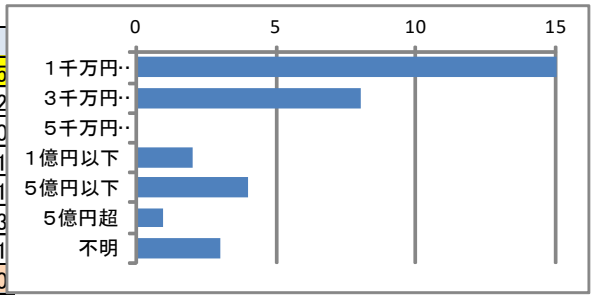


（４）売上高（ＳＡ）

売上高をみると、「１千万円以下」がほぼ半数の 15 件（46%）で最も多く、2 番目が「３千万円以下」の８件で、両者を合わせると 70%になる。また、売上１億円以上の企業が５社ある。

売上高　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	１千万円以下	15	45.5
2	３千万円以下	8	24.2
3	５千万円以下	0	0
4	１億円以下	2	6.1
5	５億円以下	4	12.1
6	５億円超	1	3
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100



２．質問に対する回答集計・分析結果

Ｑ１　主たる業種・従たる業種

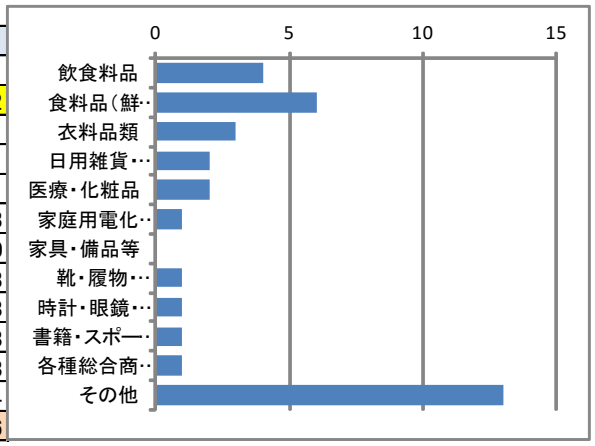
①　主たる業種（ＭＡ）

小売業の主な業種をみると、「食料品（鮮魚・精肉・惣菜・菓子などの専門）」が６件（18%）で最も多く、次いで「飲食料品」が４件、「衣料品類」３件、「日用雑貨・台所用品」・「医療・化粧品」が各２件の順となっている。

その他には、木材、文具、肥料・農薬販売・米穀販売・餅加工、農業機械、体験交流型テーマパーク、石油類販売、石油類小売販売・ＬＰガス販売、石油販売・整備・車販売、新聞販売、自動車部品加工、乾物、たばこ・飲料水、ガソリンスタンド等、12 件の記載があった。

Q1.主たる業種　（MA）

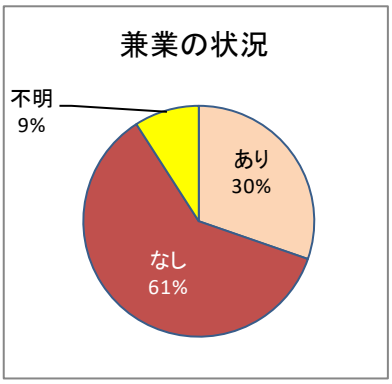
No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	飲食料品	4	12.1
2	食料品（鮮魚・精肉・惣菜・菓子などの専門）	6	18.2
3	衣料品類	3	9.1
4	日用雑貨・台所用品	2	6.1
5	医療・化粧品	2	6.1
6	家庭用電化製品	1	3
7	家具・備品等	0	0
8	靴・履物・鞄・袋物	1	3
9	時計・眼鏡・カメラ・貴金属類	1	3
10	書籍・スポーツ用品・レジャー用品	1	3
11	各種総合商品小売	1	3
12	その他	13	39.4
サンプル数（%ベース）		35	106



Ｑ２　兼業の状況エラー！ リンクが正しくありません。

兼業の有無を聞いたところ、「あり」が 10 件（30%）であった。

兼業の内容は「自動車関連業」が 2 件、「ネット販売」が 1 件。「その他」には、会社員が 2 件の他、保険、農業と団体職員、農業、住宅設備工事、仕出し、ＬＰガス販売の記載があった。



Q2.兼業の内容　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	飲食店	0	0
2	喫茶	0	0
3	卸売業	0	0
4	自動車関連業	2	18.2
5	ネット販売	1	9.1
6	その他	8	72.7
サンプル数（%ベース）		11	100

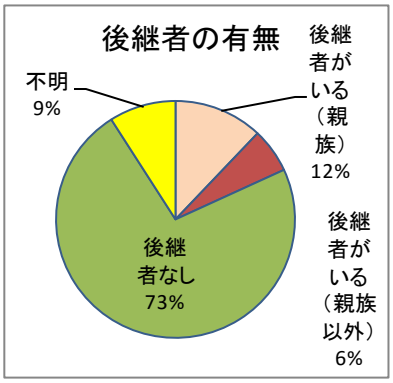
Q2.兼業の有無と兼業の内容　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	あり	10	30.3
2	なし	20	60.6
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Ｑ３　後継者の状況

後継者に関する質問で、「後継者がいる（親族）」は 4 件（12%）、「後継者がいる（親族以外）」が 2 件（6%）である。その一方で、現経営者の年齢にもよるが、「後継者なし」は 24 件（73%）と、3/4 近くとなっている。

「後継者あり」の回答で、事業承継予定時期は「5 年以内」が 1 件、「特に決めていない」が 3 件であった。また、「後継者なし」の承継の見通しは、「事業承継者を探す」が 3 件あるものの、「事業廃業」、「特に考えていない」が各 7 件（29%）あった。



Q3.（後継者あり）事業承継の予定時期　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1年以内	0	0
2	3年以内	0	0
3	5年以内	1	25
4	特に決めていない	3	75
サンプル数（%ベース）		4	100

Q3.（後継者なし）今後の予定　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	事業承継者を探す	3	12.5
2	事業売却（M&A等）を検討	0	0.0
3	事業廃業	7	29.2
4	特に考えていない	7	29.2
	不明	7	29.2
サンプル数（%ベース）		24	100

Ｑ４　役員及び従業員の状況

役員(事業主及び専従者)及び従業員の人数を聞いた。役職別の回答状況は以下のとおり。

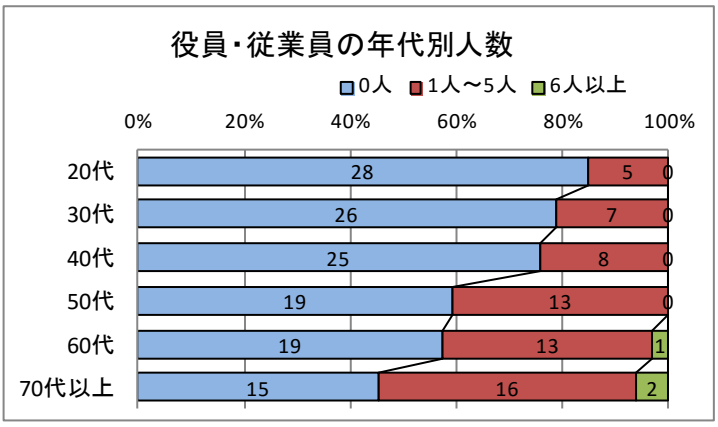
（役員及び従業員の人数の詳細は、「第４章　参考資料」の集計表を参照のこと）

- 役員は、「1 人」が 18 件（55%）、「2 人」が 9 件（27%）で、「3 人以上」が 4 件あった。
- 事務員は、「0 人」が 24 件（73%）で、「1 人」が 8 件、「2 人以上」が 1 件あった。
- 営業は、「0 人」が 27 件（82%）で、「1 人」が 5 件、「2 人以上」が 1 件あった。
- 小売業であることから、技術者は「0 人」が 30 件（91%）と多く、「2 人」が 2 件、「3 人以上」が 1 件であった。

・　一般は、「0 人」が 24 件（73%）で、「1~5 人」が 5 件の他、「11~15 人」が 3 件あった。
また、これらを役員及び従業員の人数と年代を、以下の表とグラフに示した。
20 代・30 代・40 代の役員・従業員がゼロの企業が 70%を超え、若い世代の人数が少ない半面、60 代・70 代が「6 人以上」の企業が合計 3 件で、高齢化が進んでいる。

【年代別役員・従業員数】

No.	カテゴリ	0人	1人～5人	6人以上
1	20代	28	5	0
2	30代	26	7	0
3	40代	25	8	0
4	50代	19	13	0
5	60代	19	13	1
6	70代以上	15	16	2
サンプル数（%ベース）		132	62	3

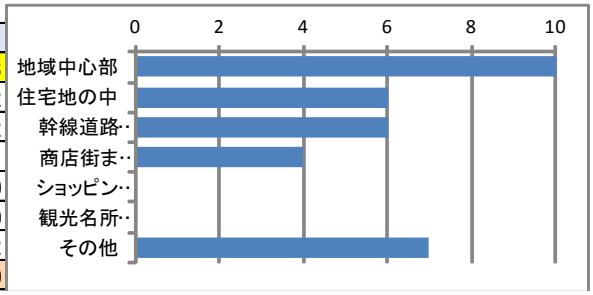


Ｑ５　立地環境

立地環境は「地域中心部」が 10 件（30%）で、「住宅地の中」と「幹線道路沿い」が各 6 件、「商店街またはその周辺」4 件の順となっている。
「その他」には、山間部が 2 件の他、道路沿い農地、過疎地域の記載があった。

Q5.立地環境　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	地域中心部	10	30.3
2	住宅地の中	6	18.2
3	幹線道路沿い	6	18.2
4	商店街またはその周辺	4	12.1
5	ショッピングセンターなどの共同店舗	0	0
6	観光名所の近く	0	0
7	その他	7	21.2
サンプル数（%ベース）		33	100



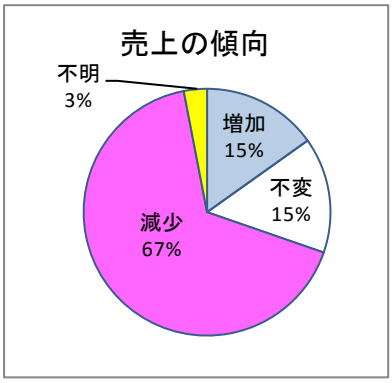
Ｑ６　今期の業績見通しエラー！ リンクが正しくありません。

①　売上（加工）金額

前期と比較した売上（加工）金額が、「増加」は 5 件（15%）で、「減少」22 件（67%）の約 1/4 に留まった。

Q6..売上金額　（SA）

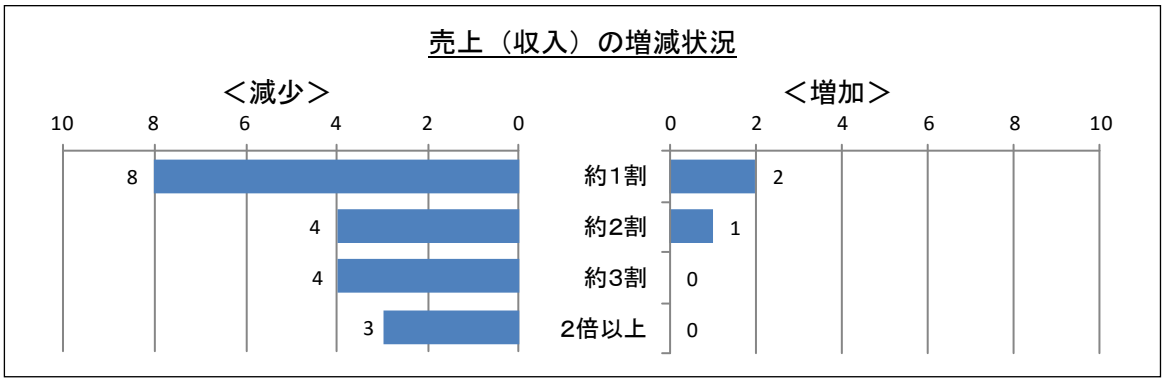
No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	増加	5	15.2
2	不変	5	15.2
3	減少	22	66.7
	不明	1	3
サンプル数（%ベース）		33	100



② 売上（収入）の増減状況

前期と比較した売上（加工）金額の増減割合を聞いたところ、「約１割増加」が２件、「約２割増加」が１件で、合計３件に留まった。（本設問に回答記入が無いものがあり、前問と合計が一致しない。）

逆に減少は増加に比べ、件数・減少割合とも圧倒的に多く、売上が前期の「1/2 以下に減少」が３件ある他、「3 割・2 割減少」が各４件、「1 割減少」が８件となっている。



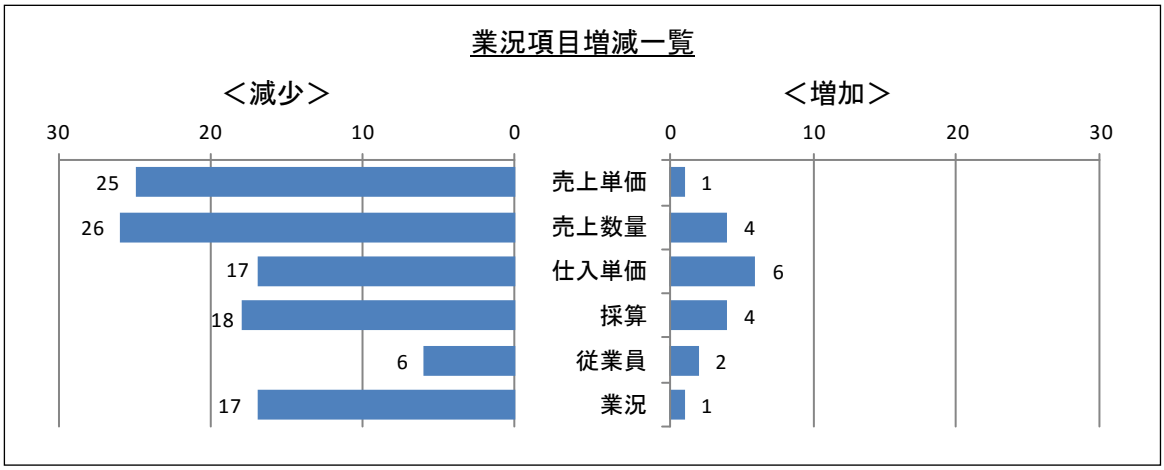
③ 売上単価等の状況

売上や業績を左右する単価や数量等６項目を、「増加」、「不変」、「減少」から択一で質問した。どの項目も「不変」が半数程度あるが、これを除き、「増加」と「減少」をグラフにした。

すべての項目で、「減少」件数が「増加」件数を上回っている。

個別にみると、売上単価は「増加」１件に対し「減少」が 25 件、売上数量は「増加」４件に対し「減少」が 26 件、仕入単価は売上単価が変わらなければ「減少」の方が経営的には楽であるが、「増加」が６件「減少」が 17 件となっている。

こうした結果として、採算が「増加（改善）」したが４件、「減少（悪化）」が 18 件、業況は「増加（改善）」１件に対し、「減少（悪化）」が 17 件となっている。また、従業員は「増加」が２件、「減少」が６件で、他の項目に比べると増減の割合が少ない。

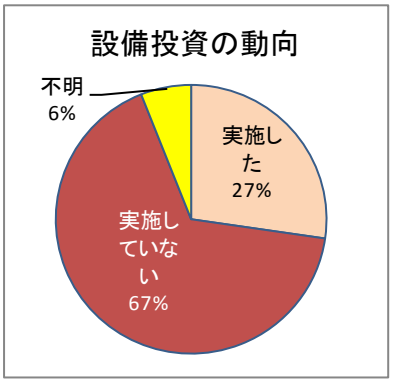


Ｑ７　昨年の設備投資動向エラー！ リンクが正しくありません。

設備投資を「実施」した企業は９件（27%）で、「実施していない」企業の 22 件（67%）を下回った。

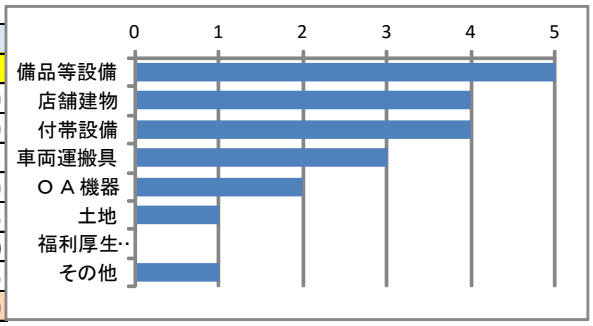
また、実施した設備投資内容は、「備品等設備」が 5 件（設備投資企業の 25%）で最も多く、2 番目が「店舗建物」、「付帯設備」が各 4 件であった。

その他には「旅行」の記載があった。



Q7.実施した設備　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	備品等設備	5	25
2	店舗建物	4	20
3	付帯設備	4	20
4	車両運搬具	3	15
5	OA機器	2	10
6	土地	1	5
7	福利厚生施設	0	0
8	その他	1	5
サンプル数（%ベース）		20	100



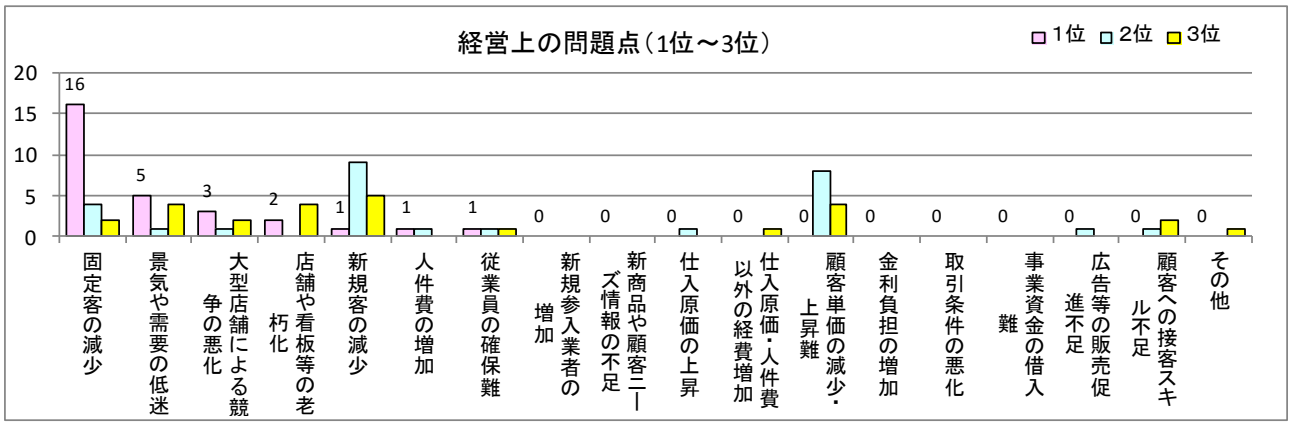
Ｑ８　直面している経営上の問題点エラー！ リンクが正しくありません。

現在直面している経営上の問題点を優先度の高い順に選択してもらった。

優先順位１位は「固定客の減少」が 16 件（49%）で抜きんでており、少子・高齢化に伴う人口減少が影響しているものと推察される。2 番目は「景気や需要の低迷」で 5 件、3 番目が「大型店舗による競争の悪化」が 3 件で続いた。

優先順位 2 位は「新規客の減少」が 9 件（27%）で最も多く、次いで「顧客単価の減少・上昇難」8 件、「固定客の減少」4 件の順であった。

また、優先順位 3 位は「新規客の減少」が 5（15%）件、次いで「店舗や看板等の老朽化」、「顧客単価の減少・上昇難」、「景気や需要の低迷」が各 4 件あった。また、その他には、「宅配を断られたら廃業」の記載があった。

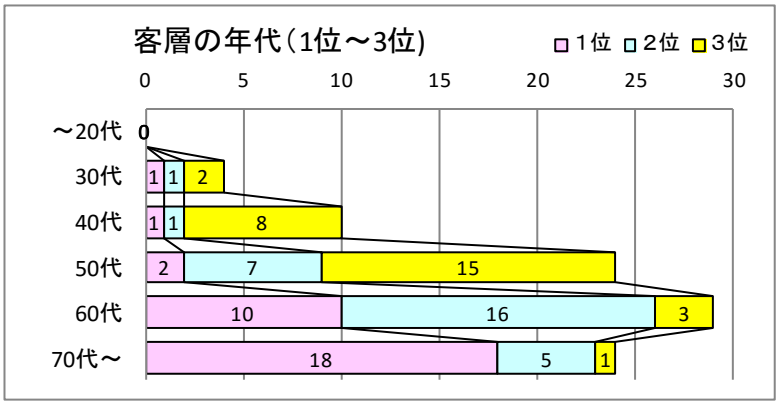


Ｑ９　顧客の状況

①　客層の年代

客層の年代を 10 歳刻みで聞いたところ、「20 代」はゼロで、1 位～3 位の合計が最も多い客層の年代は「60 代」である。

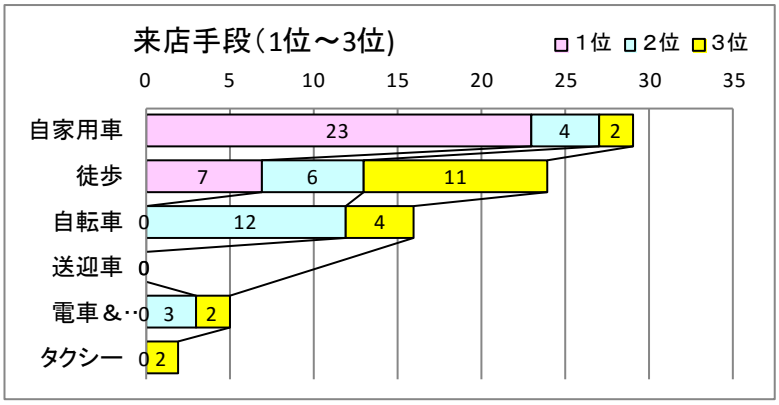
1 位で最も多いのは「70 代以上」の 18 件（54%）、次が「60 代」の 10 件で、客層の高齢化が進んでいる。



また、2 位で最も多いのは「60 代」の 16 件（49%）、3 位で最も多いのは「50 代」の 15 件（46%）となっている。

②　顧客の来店手段

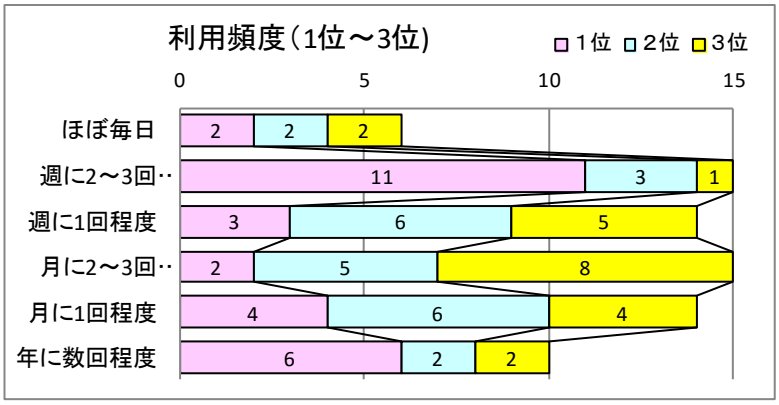
顧客の来店手段で、1 位～3 位の合計が最も多いのは「自家用車」で、1 位で最も多いのも「自家用車」の 23 件（70%）で、群を抜いており、車社会を表している。2 番目は「徒歩」は 7 件である。　また、2 位で最も多いのは「自転車」の 12 件（36%）で、3 位で最も多いのは「徒歩」の 11 件（33%）となっている。



③　顧客の利用頻度

顧客の利用（来店）頻度で、1 位～3 位の合計が最も多いのは「週に 2～3 回程度」と「月に 2～3 回程度」の各 15 件。

1 位で最も多いのも「週に 2～3 回程度」の 11 件（33%）で、次は「年に数回程度」の 6 件である。

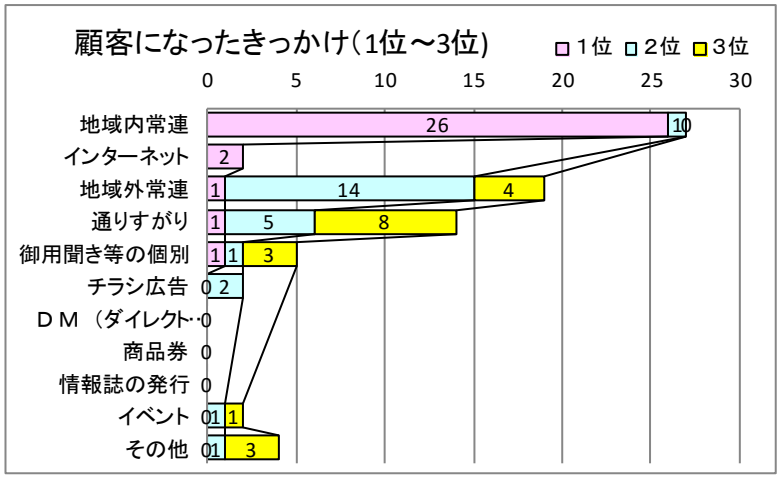


また、2 位で最も多いのは「週に 1 回程度」と「月に 1 回程度」の各 6 件（18%）で、3 位で最も多いのは「月に 2～3 回程度」8 件（24%）となっている。

④　顧客になったきっかけ

顧客になったきっかけの、1 位～3 位の合計が最も多いのは「地域内常連」で、他を大きく引き離している。1 位で最も多いのも「地域内常連」の 26 件（79%）である。2 番目の「インターネット」は 2 件と少ない。

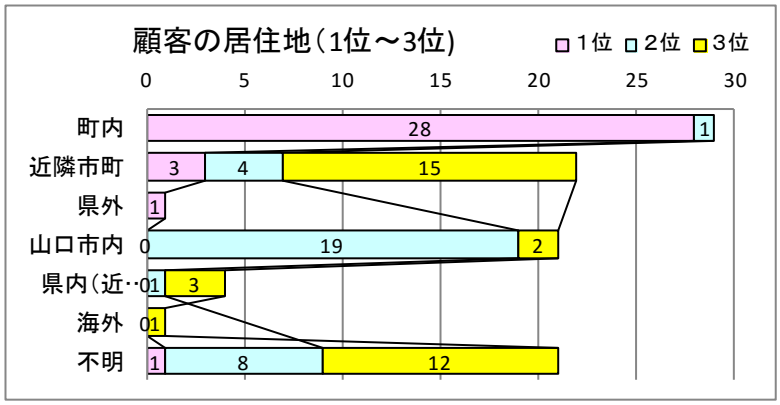
また、2 位で最も多いのは「地域外常連」の 14 件（42%）で、3 位で最も多いのは「通りすがり」の 8 件（24%）となっている。



⑤　顧客の居住地

顧客の居住地で、1 位～3 位の合計が最も多いのは「町内」で、1 位で最も多いのも「町内」の 28 件（85%）である。2 番目は「近隣市町」は 3 件と少ない。

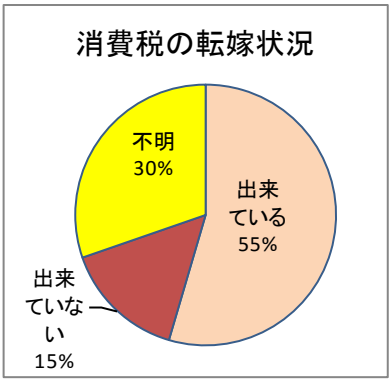
また、2 位で最も多いのは「山口市内」の 19 件（58%）で、3 位で最も多いのは「近隣市町」の 15 件（46%）となっている。



⑥　消費税転嫁状況

平成 26 年 4 月に、17 年ぶりに消費税が 8 %に引き上げられたところだが、顧客への消費税転嫁が出来ているか質問した。

「出来ている」との回答が 18 件（55%）に対し、「出来ていない」が 5 件（15%）で、転嫁できていない企業がある。また、「不明（未回答）」の回答が 10 件（30%）あるのも、気になるところである。

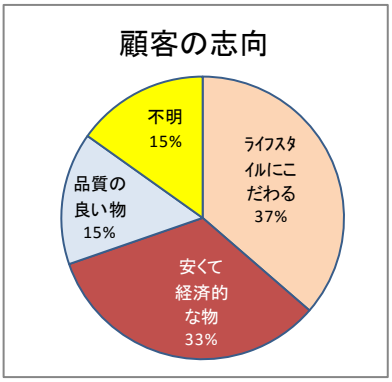


Q9.消費税転嫁　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	出来ている	18	54.5
2	出来ていない	5	15.2
	不明	10	30.3
	サンプル数（%ﾍﾞｰｽ）	33	100

⑦　顧客の志向

顧客の買物に対する志向を聞いたところ、「自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ」と「とにかく安くて経済的なものを買う」が、12 件（36%）と 11 件で、共に 1/3 程度であった。また、「多少値段が高くても品質の良いものを買う」が 5 件あった。



Q9.顧客の志向　（SA）

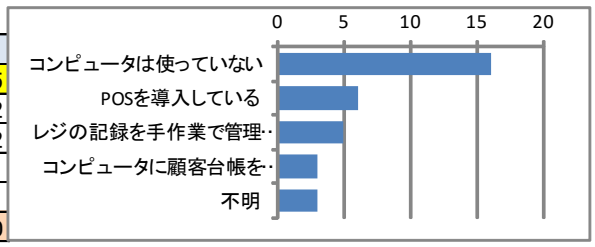
No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ	12	36.4
2	とにかく安くて経済的なものを買う	11	33.3
3	多少値段が高くても品質の良いものを買う	5	15.2
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

⑧　顧客の個別情報管理状況

顧客の個別情報を管理するのにコンピュータを使っているかの質問に対し、「コンピュータは使っていない」の回答が 16 件（49%）で半数近い。2 番目が「POS を導入している」の 6 件で、「レジの記録を手作業で管理している」が 5 件、「コンピュータに顧客台帳を登録している」が 3 件であった。

Q9.顧客の個別情報の管理　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	コンピュータは使っていない	16	48.5
2	POSを導入している	6	18.2
3	レジの記録を手作業で管理している	5	15.2
4	コンピュータに顧客台帳を登録している	3	9.1
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100



⑨　顧客の個別情報管理状況

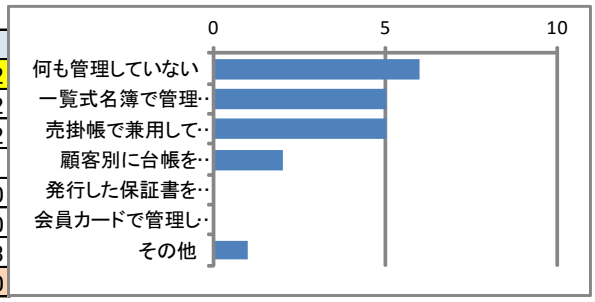
コンピュータは使っていない回答者に、顧客の個別情報をどのような方法で管理しているかを聞いた。

「何も管理していない」が 6 件（18%）で最も多く、2 番目は「一覧式名簿で管理している」、「売掛帳で兼用している」が各 5 件であった。

また、その他には「薬は台帳に記録しているが、酒・たばこは特に何も管理していない。」、「たばこのカートン買い固定客は台帳につけている。」の記載があった。

Q9.コンピュータを使わない顧客管理の　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	何も管理していない	6	18.2
2	一覧式名簿で管理している	5	15.2
3	売掛帳で兼用している	5	15.2
4	顧客別に台帳を作って記録している	2	6.1
5	発行した保証書を利用している	0	0
6	会員カードで管理している	0	0
7	その他	1	3
サンプル数（%ベース）		19	100



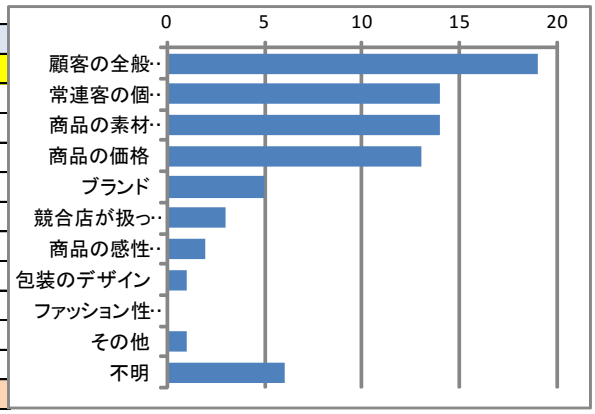
Ｑ１０　仕入商品の選択基準

「利は元にあり」と言われるが、仕入商品を決めるときに重視する選択基準を３択で聞いた。

最も重視するのは「顧客の全般的なニーズ」が 19 件（58%）で最も多く、半数を超えている。2 番目が「常連客の個別ニーズ」と「商品の素材や品質」の各 14 件で、4 番目は「商品の価格」13 件で続き、以降は 5 件以下で少ない。

Q10.仕入れ商品の選択基準　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	顧客の全般的なニーズ	19	57.6
2	常連客の個別ニーズ	14	42.4
3	商品の素材や品質	14	42.4
4	商品の価格	13	39.4
5	ブランド	5	15.2
6	競合店が扱っていない商品	3	9.1
7	商品の感性やセンス	2	6.1
8	包装のデザイン	1	3.0
9	ファッション性または新商品	0	0.0
10	その他	1	3.0
	不明	6	18.2
サンプル数（%ベース）		78	236.4



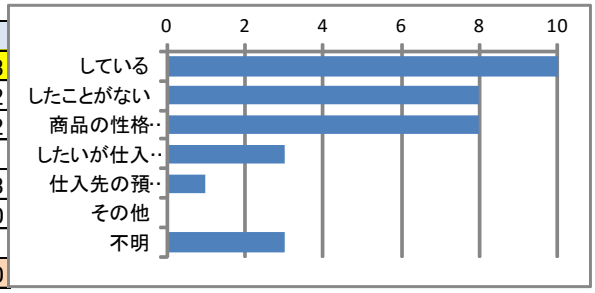
Ｑ１１　在庫長期化防止対策

適切な在庫管理は経営の効率化に欠かせない。在庫の長期化を防止するために、仕入先への返品や交換(入替)をしているかを質問した。

「している」が 10 件（30%）で最も多いものの 1/3 に留まり、「したことがない」、「商品の性格上出来ない」が各 8 件で、多数を占めている。

Q11.在庫入替について　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	している	10	30.3
2	したことがない	8	24.2
3	商品の性格上出来ない	8	24.2
4	したいが仕入先が不承知	3	9.1
5	仕入先の預かり在庫なので必要がない	1	3
6	その他	0	0
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

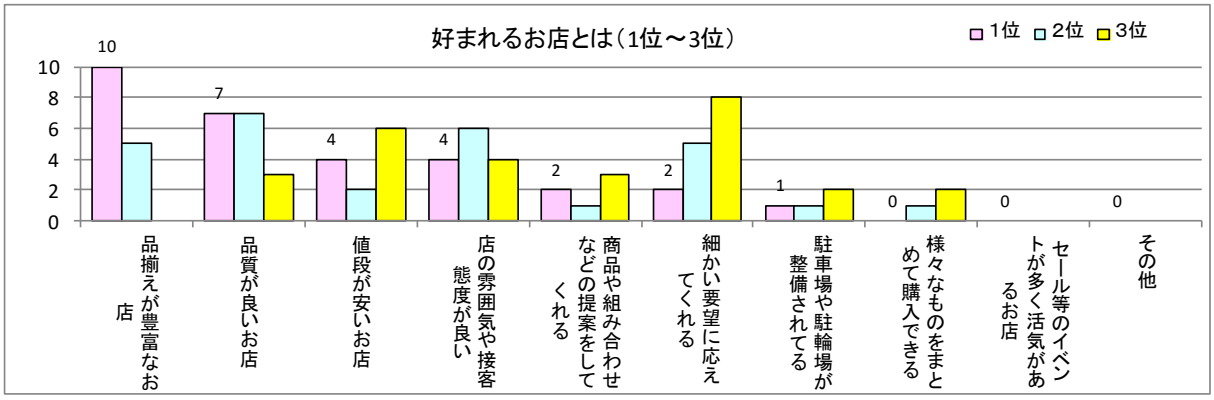


Ｑ１２　顧客に好まれる店

どういったお店が顧客好まれるかについて、優先度の高い順に３つ選択してもらった。

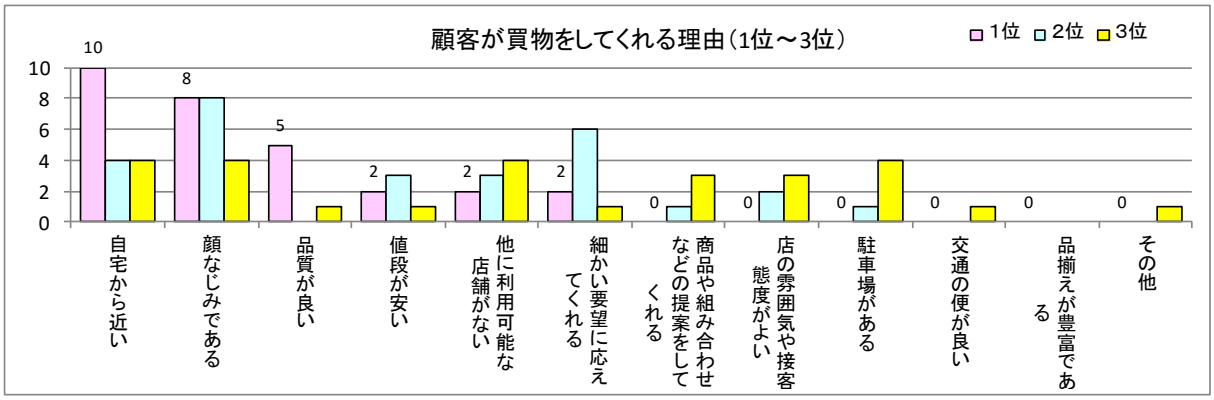
優先順位１位では「品揃えが豊富なお店」が 10 件（30%）で最も多く、「品質が良いお店」が 7 件、「値段が安いお店」と「店の雰囲気や接客態度が良い」が 4 件で続いている。

優先順位 2 位は、「品質が良いお店」7 件（21%）、「店の雰囲気や接客態度が良い」、「品揃えが豊富なお店」が上位で、1 位とほぼ同じ項目となっている。優先順位 3 位には「細かい要望に応えてくれる」8 件（24%）、「値段が安いお店」、「店の雰囲気や接客態度が良い」が上位となっている。



Ｑ１３　顧客が自店で買物する理由

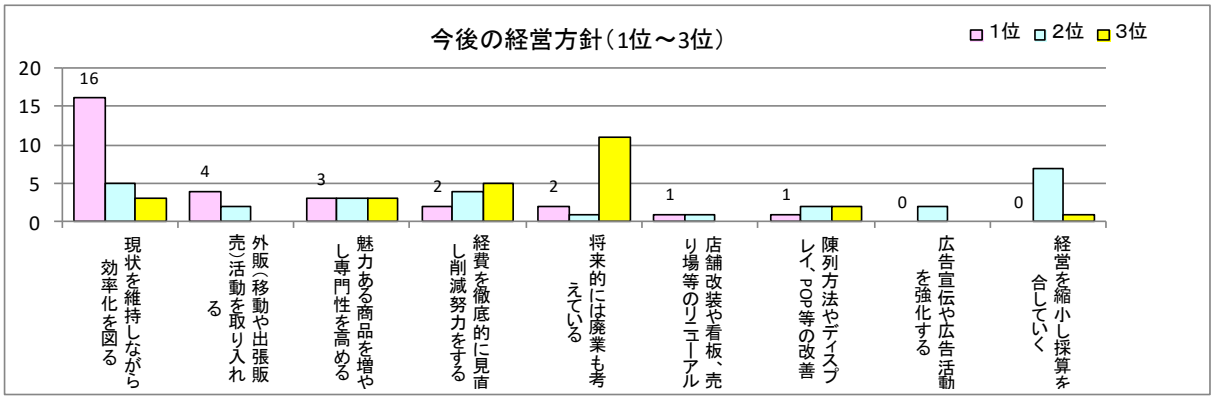
顧客はなぜ貴社の店舗で買物をしてくれるかの質問に対し、優先順位１位では「自宅から近い」が 10 件（30%）で最も多く、次いで「顔なじみである」が 8 件、「品質が良い」」が 5 件で続いた。また、優先順位 2 位は「顔なじみである」8 件、「細かい要望に応えてくれる」、「自宅から近い」が上位で、優先順位 3 位もほぼ同じ内容で「自宅から近い」、「他に利用可能な店舗がない」、「顔なじみである」、「駐車場がある」が各 4 件であった。その他に「こだわり」の記載があった。



Ｑ１４　今後の経営方針

今後の経営方針を、優先度の高い順に 3 つ選択してもらった。

優先順位 1 位は「現状を維持しながら効率化を図る」が 16 件（49%）で最も多く、「外販（移動や出張販売）活動を取り入れる」、「魅力ある商品を増やし専門性を高める」は、4 件と 3 件で少ない。優先順位 2 位は「経営を縮小し採算を合していく」が 7 件（21%）の他、「現状を維持しながら効率化を図る」、「経費を徹底的に見直し削減努力をする」。優先順位 3 位は「将来的には廃業も考えている」が 11 件（33%）で、「経費を徹底的に見直し削減努力をする」が 5 件であった。



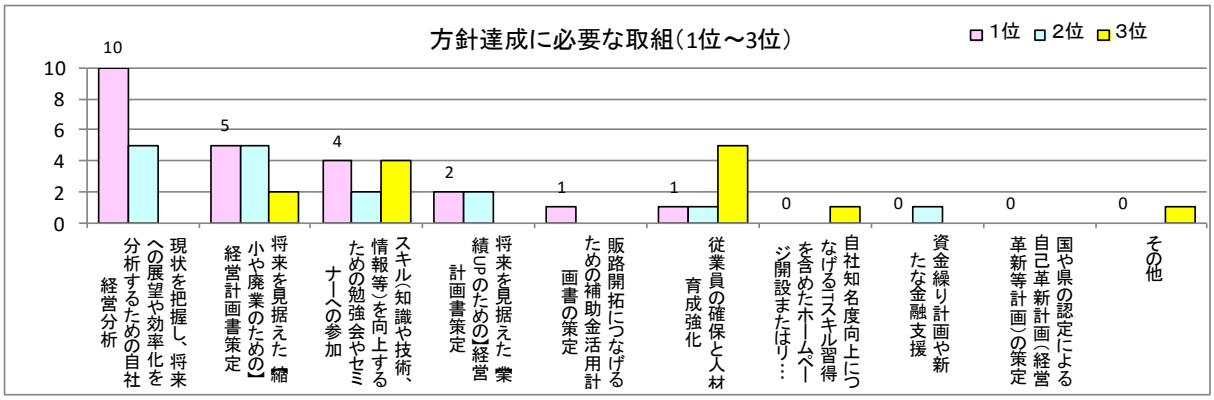
Ｑ１５　経営方針達成に必要な取組等

経営方針の達成に必要な取組を、優先度の高い順に３つ選択してもらった。

優先順位１位は「現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析」の 10 件（30%）で、「将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定」が 5 件、「スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加」が 4 件であった。

優先順位 2 位は、1 位と同じく「現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析」、「将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定」が各 5 件であった。優先順位 3 位は「従業員の確保と人材育成強化」が 5 件、「スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加」が 4 件で多かった。

その他に「現在介護を抱えているため、店舗経営との両立を考えた方法。」の記載があった。



Ｑ１６　商工会への意見や要望

以下、6 件の記載があった。

- 対応をよくしてくれます。世話も良くしてくれます。知識の提供をしてくれます。これからもよろしく。
- ご支援を期待します。
- 9 年前に会計事務所に断られた程の処理を確実にして頂き、大変感謝しております。皆様ありがとうございます。
- 大変お世話になります。今後ともよろしくお願いします。
- 将来に対応すべき「指針」を適確に教えていただきたい。徳地の「再生プラン」を早急に！

３．小売業種別のクロス集計・分析結果

クロス集計にあたっては、標本数が少ないことから、設問のその他を含む 12 業種を「飲食料品（10 件）」、「衣料品・日用雑貨等（11 件）」、「その他（12 件）」の３つに括り、クロス集計した。

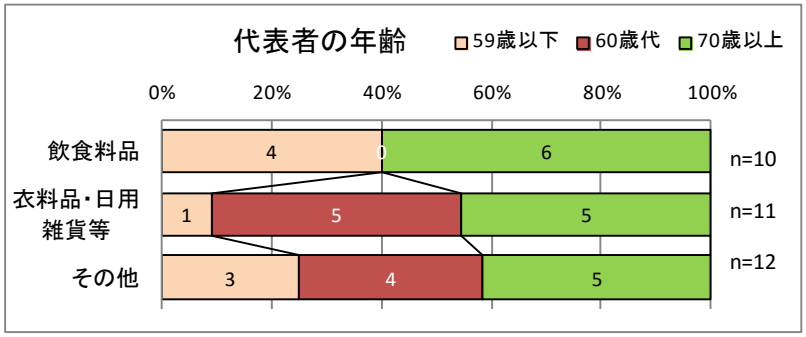
（詳しくは、「第４章　参考資料」にあるクロス集計表を参照のこと）

以下、小売業種別の特徴が表れているものについて説明する。

（１）調査企業の概要

【代表者の年齢他】

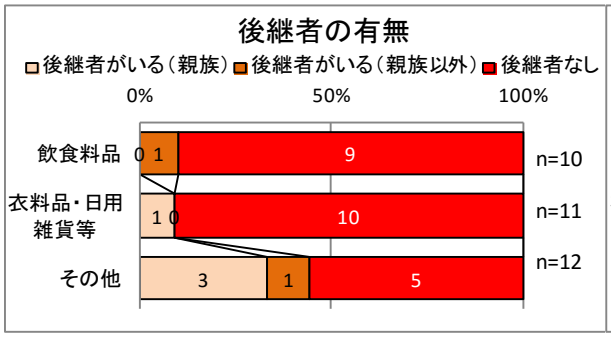
主たる業種別に代表者の年齢をみると、衣料品・日用雑貨等は「59 歳以下」の代表者が 1 名で、残り 10 名が「60 歳代以上」と、他業種より高齢化が進んでいる。また、飲食料品には「60 歳代」の代表者は無く、「59 歳以下」と「70 歳以上」の両端に分かれている。

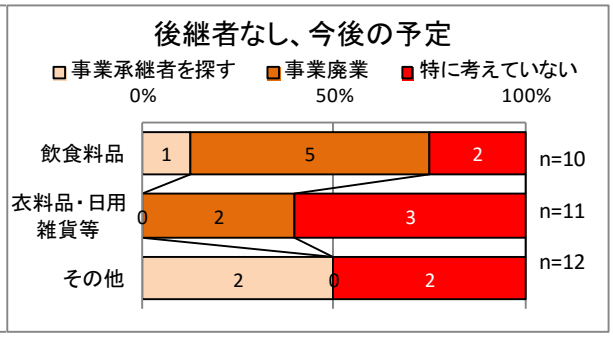


（２）質問項目に対する回答

【Ｑ３：後継者について】

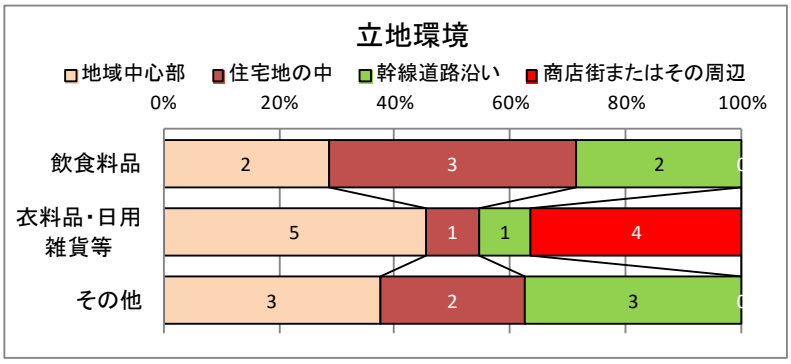
後継者なしの回答は、飲食料品が 90%、衣料品・日用雑貨等は 91%と高く、その他は 57%と低い。後継者なしのその後の対応は、右側のグラフにあるように、その他は「事業廃業」が無いのに対し、飲食料品が 5 件、衣料品・日用雑貨等の 2 件が「事業廃業」と回答している。





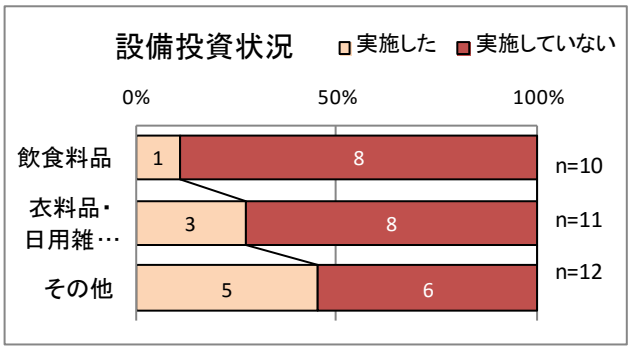
【Ｑ５：立地環境】

店舗の立地環境をみると、飲食料品は「住宅地の中」が多いもの、「地域中心部」や「幹線道路沿い」にバランスよく展開している。衣料品・日用雑貨等は「地域中心部」と「商店街またはその周辺」、その他の業種は「幹線道路沿い」に多く立地しており、業種毎に立地環境の特性が出ている。



【Ｑ７：設備投資】

主たる業種別の設備投資状況をみると、飲食料品で設備投資を「実施した」企業は１件と少ない。しかしながら、衣料品・日用雑貨等では27%、その他の業種が46%と実施割合が高く、業種によって設備投資状況が異なっている。



【Ｑ８：経営上の問題点等（Ｑ１４、Ｑ１５）】

経営上の問題点及び今後の方針、達成に必要な取組で優先順１・２ 位の内容を、業種別に件数が多いものを表にまとめた。（1 番多い項目には件数を表記、件数が１件のものは除いた。）

経営上の問題点では、どの業種にも「固定客の減少」が最も多い。飲食料品の２番目は「大型店舗による競争の悪化」と「店舗や看板等の老朽化」が同数で、その他業種の２番目は「景気や需要の低迷」となっている。

今後の方針も、「現状を維持しながら効率化を図る」がどの業種も最も多く、2 番目をみると、飲食料品は外販、その他は魅力ある商品で、売上を増やす取り組みが見られる一方、衣料品・日用雑貨等は「将来的には廃業も考えている」となっている。

また、達成に必要な取組では、飲食料品と衣料品・日用雑貨等が「現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析」がトップなのに対し、その他の業種は「スキルを向上するための勉強会やセミナーへの参加」となっている。

経営上の問題点　（３番目は１件のため割愛した。）

主たる業種	１番目	２番目
飲食料品	固定客の減少（3 件）	大型店舗による競争の悪化、店舗や看板等の老朽化
衣料品・日用雑貨等	同上（9 件）	
その他	同上（4 件）	景気や需要の低迷

今後の方針

主たる業種	１番目	２番目
飲食料品	現状を維持しながら効率化を図る（5 件）	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる
衣料品・日用雑貨等	同上（7 件）	将来的には廃業も考えている
その他	同上（4 件）	魅力ある商品を増やし専門性を高める

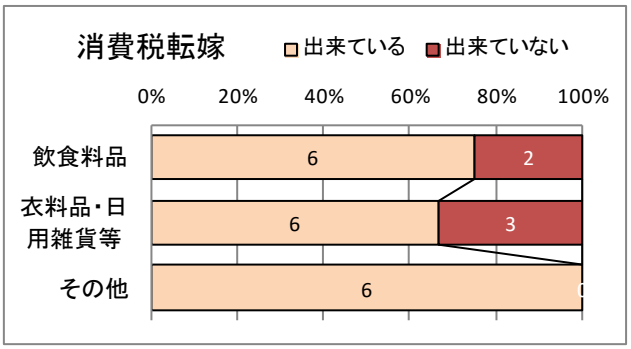
達成に必要な取組

主たる業種	１番目	２番目
飲食料品	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析（4 件）	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定
衣料品・日用雑貨等	同上（4 件）	同上

その他	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加（2 件）	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析 将来を見据えた【業績 UP のための】経営計画書策定

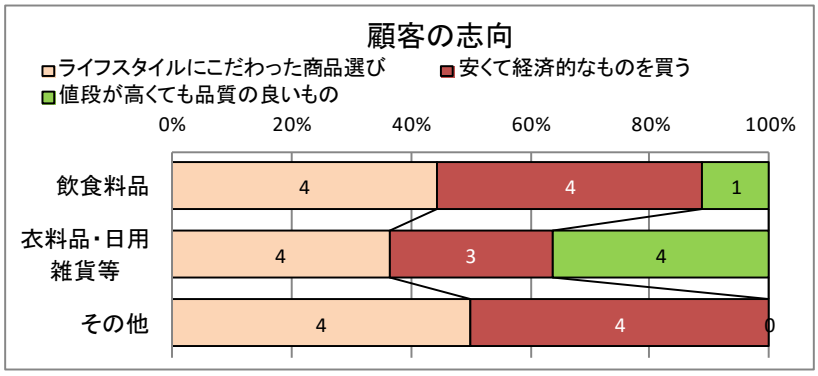
【Ｑ９－１：消費税転嫁】

消費税の転嫁状況を聞いたところ、その他の業種では消費税転嫁が「出来ている」ものの、飲食料品で 2 件、衣料品・日用雑貨等で 3 件が、転嫁「出来ていない」との回答があった。



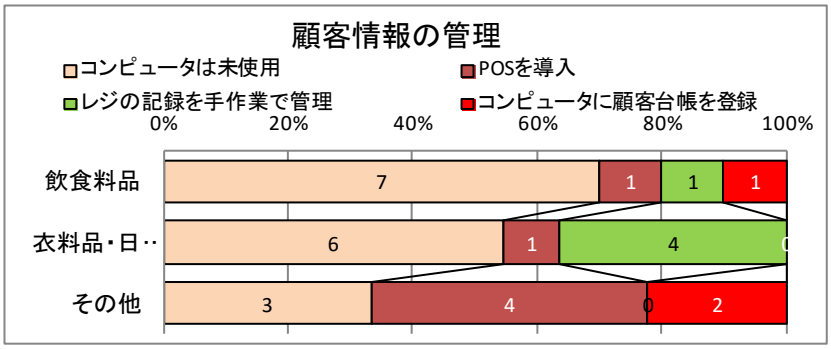
【Ｑ９－２：顧客の志向】

顧客の志向を聞いたところ、「自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ」と、「とにかく安くて経済的なものを買う」が、どの業種も、ほぼ同じくらい。衣料品・日用雑貨等では「多少値段が高くても品質の良いものを買う」が 36%と多い。



【Ｑ９－３：顧客の情報管理】

顧客の個別情報を管理するのにコンピュータを使っていますか、の質問に対し、飲食料品は「コンピュータは使っていない」が 70%と高く、衣料品・日用雑貨等は 55%で半数を超えている。



また、「POS を導入している」割合は、その他の業種で多く、衣料品・日用雑貨等の 36%が「レジの記録を手作業で管理している」。

【Ｑ１２：顧客に好まれる店】

各業種の優先順位１・2 位で件数が多い１~2 番目をピックアップする。

飲食料品	・ 品揃えが豊富なお店（3 件）、品質が良いお店、値段が安いお店
衣料品・日用雑貨等	・ 同　上（5 件）
その他	・ 店の雰囲気や接客態度が良い（3 件）、品揃えが豊富なお店　品質が良いお店

【Ｑ１３：顧客が自店で買物する理由】

各業種の優先順位１・２位で件数が多い１~2 番目をピックアップする。

飲食料品	・ 品質が良い（4 件）、自宅から近い、顔なじみである
衣料品･日用雑貨等	・ 自宅から近い（4 件）、顔なじみである（4 件）、他に利用可能な店舗がない
その他	・ 自宅から近い（4 件）、顔なじみである

４．代表者の年代別のクロス集計・分析結果

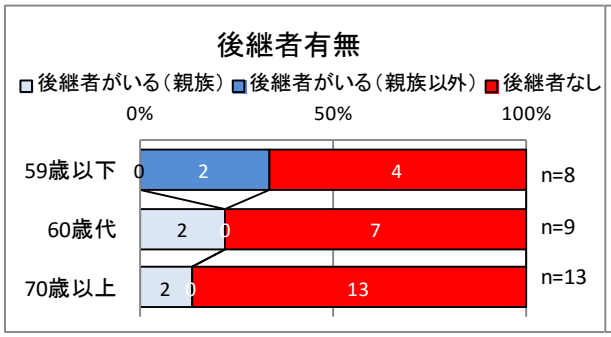
代表者の年齢を、「59 歳以下（8 件）」、「60 歳代（9 件）」、「70 歳以上（16 件）」の３つに括り、クロス集計した。（詳しくは、「第４章　参考資料」にあるクロス集計表を参照のこと）

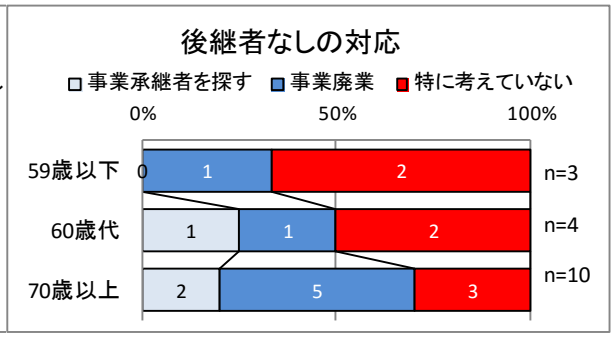
以下、代表者の年代別の特徴が表れているものについて説明する。

【後継者について】

59 歳以下では「後継者がいる（親族）」が 2 件、60 歳代・70 歳以上では「後継者がいる（親族以外）」が各 2 件ある。どの年代とも「後継者なし」が大半であるが、60 歳代では 78%、70 歳以上は 87%に達している。

後継者なしの対応では、60 歳代・70 歳以上で「事業承継者を探す」があるものの、59 歳以下及び 60 歳代で各 1 件、70 歳以上で 5 件が「事業廃業」と回答している。

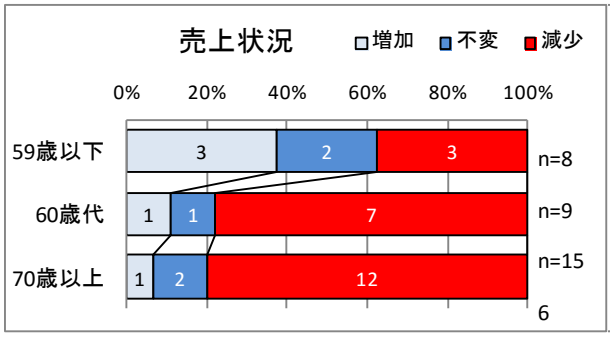


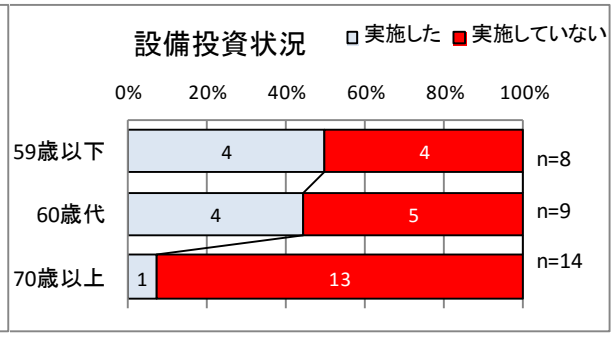


【設備投資・売上】

代表者の年代別に設備投資状況をみると、59 歳以下に比べ、60 歳代・70 歳以上の設備投資は「実施していない」割合が倍以上と高い。

また、売上状況では、年齢が上がるにつれて、売上が「減少」と回答した割合が増加し、70 歳以上は、「減少」が 80%になっている。





第３章　調査結果のまとめ

今回実施した地域の経済動向調査の結果判明した、徳地地域における小売業の概要及び経営状況、経営課題と方向性は、以下のとおりである。

調査企業の概要	・ 20 年未満の比較的業歴の浅い企業は 6 件（18%）で、業歴 40 年以上と永い企業が 70%を超え、80 年以上の企業が 4 件（12%）ある。 ・ 代表者の年齢は「70～79 歳」が 10 件（30%）で最も多く、60 歳以上の合計が 76%となり、代表者の高齢化が進んでいる。 ・ （業種別クロス）衣料品・日用雑貨等は「59 歳以下」の代表者が 1 名、残り 10 名が「60 歳代以上」と、他業種より高齢化が進んでいる ・ 従業員「1~5 人」が 24 件（73%）と小規模事業者が多い。
主たる業種等	・ 「食料品（鮮魚・精肉・惣菜・菓子などの専門）」が 6 件（18%）、「飲食料品」が 4 件、「衣料品類」3 件、「日用雑貨・台所用品」が 2 件
後継者問題	・ 「後継者がいる（親族）」4 件、「後継者がいる（親族以外）」が 2 件 ・ （業種別クロス）後継者なしの回答は、飲食料品が 90%、衣料品・日用雑貨等は 91%と高い。 「後継者なし」→「事業承継者を探す」3 件、「事業廃業」が 7 件 （業種別クロス）飲食料品が 5 件、衣料品・日用雑貨等の 2 件が「事業廃業」と回答 ・ （年代別クロス）60 歳代では 78%、70 歳以上は 87%が「後継者なし」 「後継者なし」→70 歳以上で 5 件が「事業廃業」
立地環境	・ 「地域中心部」が 10 件、「住宅地の中」と「幹線道路沿い」が各 6 件、「商店街またはその周辺」4 件 ・ （業種別クロス）飲食料品は「住宅地の中」、衣料品・日用雑貨等は「地域中心部」、その他の業種は「幹線道路沿い」に多く立地
今期の業績見通し	・ 売上「増加」は 5 件（15%）で、「減少」22 件（67%） ・ 売上減少は増加に比べ、件数・減少割合とも圧倒的に多い。 ・ （年代別クロス）年齢が上がるにつれて、売上が「減少」と回答した割合が増加し、70 歳以上は、「減少」が 80%になっている。
設備投資状況	・ 「実施」した企業は 9 件で、「実施していない」企業 22 件を下回った。 ・ （業種別クロス）飲食料品で設備投資を「実施した」のは 1 件と少ない。 ・ （年代別クロス）59 歳以下に比べ、60 歳代・70 歳以上の設備投資は「実施していない」割合が倍以上と高い。
直面する経営課題	・ 「固定客の減少」が 16 件（49%）で抜きんでている。 ・ （業種別クロス）飲食料品の 2 番目は「大型店舗による競争の悪化」と「店舗や看板等の老朽化」、その他業種の 2 番目は「景気や需要の低

	迷」となっている。
顧客の状況	・ 客層：「20 代」はゼロで、最も多い客層の年代は「60 代」 ・ 来店手段：「自家用車」がダントツ。 ・ 利用頻度：「週に 2～3 回程度」と「月に 2～3 回程度」の各 15 件 ・ 顧客になったきっかけ：「地域内常連」がダントツ。 ・ 顧客の居住地：「町内」がダントツ。 ・ 消費税転嫁状況：「出来ている」18 件（55%）、「出来ていない」5 件（業種別クロス）飲食料品で 2 件、衣料品・日用雑貨等で 3 件が、転嫁「出来ていない」 ・ 顧客の志向：「ライフスタイルにこだわって」、「安くて経済的なもの」（業種別クロス）衣料品・日用雑貨等では「多少値段が高くても品質の良いものを買う」が 36%と多い ・ 顧客の個別情報管理：「コンピュータは使っていない」16 件（49%）（業種別クロス）飲食料品は「コンピュータは使っていない」が 70%と高く、衣料品・日用雑貨等は 55%ある。 →コンピュータは使っていない企業の内、「何も管理していない」が 6 件で最も多い。
仕入商品の選定基準	・ 「顧客の全般的なニーズ」が 19 件、2 番目が「常連客の個別ニーズ」と「商品の素材や品質」の各 14 件
在庫長期化防止策	・ 仕入先への返品や交換(入替)を「している」が 10 件で 1/3
顧客から好まれる店舗	・ 「品揃えが豊富なお店」10 件（30%）、「品質が良いお店」が 2 番目 ・ （業種別クロス）飲食料品や衣料品・日用雑貨等は、品揃えが豊富なお店や品質が良いお店、値段が安いお店、その他の業種は、店の雰囲気や接客態度が良い店
顧客が買物してくれる理由	・ 「自宅から近い」が 10 件で最も多く、次いで「顔なじみである」 ・ （業種別クロス）飲食料品は品質が良い、衣料品・日用雑貨等・その他の業種は自宅から近い
課題への対処方針	・ どの業種も「現状を維持しながら効率化を図る」が 16 件（49%）が最多。 ・ 各業種の 2 番目：飲食料品「外販（移動や出張販売）活動を取り入れる」、衣料品・日用雑貨等は「将来的には廃業も考えている」、その他の業種は「魅力ある商品を増やし専門性を高める」
今後必要な取組	・ 「現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析」 ・ 飲食料品・衣料品・日用雑貨等と異なり、その他の業種の 1 番目は「スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加」

第４章　参考資料

１．小売業アンケート調査

（１）アンケート調査票

【小売業】事業者アンケート

記入日：　　年　　月　　日

以下アンケート項目の（　　）内に記入、又は○印を入れてください

○企業内容状況について

企業名			
事業所所在地			
代表者氏名			
営業年数	年	代表者年齢	歳
従業員数	役員又は事業主（　）名　正社員（　）名　パート（　）名 合計（　）名		
売上高	・１千万円以下　・３千万円以下　・５千万円以下 ・１億円以下　・５億円以下　・５億円超		

Q1　主たる業種について、主として販売しているもの１つに○印を付けてください

1.飲食料品
2.食料品（鮮魚・精肉・惣菜・菓子などの専門）
3.衣料品類
4.日用雑貨・台所用品
5.医療・化粧品
6.家庭用電化製品
7.家具・備品等
8.靴・履物・鞄・袋物
9.時計・眼鏡・カメラ・貴金属類
10.書籍・スポーツ用品・レジャー用品
11.各種総合商品小売
12.その他（　　）

Q2　兼業の有無と兼業内容を教えてください

兼業の有無　　1.あり　　2.なし

・兼業ありと答えた方に、兼業の内容についてお伺いします。

1.飲食店　2.喫茶　3.卸売業　4.自動車関連業
5.ネット販売　6.その他（　　）

Q3　後継者の有無について

1.後継者がいる（親族）　2.後継者がいる（親族以外）　3.後継者なし

＊後継者がいるに○印をつけた方は、事業承継の予定時期についてお伺いします
・１年以内・３年以内・５年以内・特に決めていない

＊後継者なしに○印をつけた方は、今後の予定についてお伺いします
・事業承継者を探す・事業売却（M＆A等）を検討・事業廃業・特に考えていない

Q4　役員（事業主及び専従者）及び従業員の状況　（人数を記入してください）

年齢	役員	事務員	営業	技術者	一般	計
～20代	人	人	人	人	人	人
30代	人	人	人	人	人	人
40代	人	人	人	人	人	人
50代	人	人	人	人	人	人
60代	人	人	人	人	人	人
70代～	人	人	人	人	人	人

Q5　立地環境についてお伺いします（貴社のお店はどのようなところにありますか）

1.商店街またはその周辺
2.ショッピングセンターなどの共同店舗
3.住宅地の中
4.幹線道路沿い
5.地域中心部
6.観光名所の近く
7.その他（　　）

Q6　今期の貴社の状況は、前期と比較してどうですか

イ.売上（収入）金額　1.増加　2.不変　3.減少
＊増加に○を付けた方　・約１割増加・約２割増加・約３割増加・２倍以上伸びた
＊減少に○を付けた方　・約１割減少・約２割減少・約３割減少・半分以下に減少

ロ.売上（顧客単価）　1.増加　2.不変　3.減少
ハ.売上（顧客数量）　1.増加　2.不変　3.減少
ニ.仕入単価（売上原価）　1.増加　2.不変　3.減少
ホ.採算（経常利益　個人の場合青色控除前）　1.増加　2.不変　3.減少
ヘ.従業員（臨時＆パート含む）数　1.増加　2.不変　3.減少
ト.業況（自社）　1.良い　2.普通　3.悪い

Q7　昨年新規の設備投資はどのような状況ですか

1、実施した　2.実施していない
＊実施した場合に該当する全ての番号に○印を付けて下さい。
1.土地　2.店舗建物　3.備品等設備　4.車両運搬具
5.付帯設備　6.ＯＡ機器　7.福利厚生施設 8.その他（　　）

Q8　直面している経営上の問題点を３つ選び重要度の高い順に番号を記入してください

優先順位①:（　　）　優先順位②:（　　）　優先順位③:（　　）

1.大型店舗による競争の悪化	10.顧客単価の減少・上昇難
2.新規参入業者の増加	11.金利負担の増加
3.新規客の減少	12.とり機費条件の悪化
4.店舗や看板等の老朽化	13.事業資金の借入難
5.新商品や顧客ニーズ情報の不足	14.従業員の確保難
6.固定客の減少	15.広告等の販売促進不足
7.仕入原価の上昇	16.景気や需要の低迷
8.人件費の増加	17.顧客への接客スキル不足
9.仕入原価・人件費以外の経費増加	18.その他（　　）

Q9　顧客状況についてお伺いします

＊.客層の年代について

1位（　　）　2位（　　）　3位（　　）

①～20代　②30代　③40代　④50代　⑤60代　⑥70代～

＊顧客の来店手段について

1位（　　）　2位（　　）　3位（　　）

1.徒歩　2.自転車　3.自家用車　4.送迎車　5.電車&バス　6.タクシー

＊顧客の利用頻度について

1位（　　）　2位（　　）　3位（　　）

1.ほぼ毎日	4.月に2～3回程度
2.週に2～3回程度	5.月に1回程度
3.週に1回程度	6.年に数回程度

＊顧客になったきっかけで多いもの

1位（　　）　2位（　　）　3位（　　）

1.地域内常連	5.通りすがり	9.イベント
2.地域外常連	6.DM（ダイレクトメール）	10.御用聞き等の個別
3.チラシ広告	7.商品券	11.その他（　　）
4.インターネット	8.情報誌の発行	

＊顧客の住む地域について

1位（　　）　2位（　　）　3位（　　）

1.町内　2.山口市内　3.近隣市町　4.県内（近隣市町以外）　5.県外　6.海外

＊顧客への消費税転嫁が出来ているか　　1.出来ている　2.出来ていない

＊顧客志向について　（ひとつに○印）
1.とにかく安くて経済的なものを買う　3.自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ
2.多少値段が高くても品質の良いものを買う

＊顧客の個別情報を管理するのにコンピュータを使っていますか（ひとつに○印）
1.POS を導入している　3.コンピュータに顧客台帳を登録している
2.レジの記録を手作業で管理している　4.コンピュータは使っていない

＊【4. コンピュータは使っていない】に○を付けた方にお聞きします
顧客の個別情報をどのような方法で管理していますか（ひとつに○印）
1.一覧式名簿で管理している　5.売掛帳で兼用している
2.顧客別に台帳を作って記録している　6.何も管理していない
3.発行した保証書を利用している　7.その他（　　）
4.会員カードで管理している

Q10　仕入商品を決めるときに重視する選択基準について、該当する３つに○印を付けてください

イ.顧客の全般的なニーズ　ニ.ブランド　ト.包装のデザイン
ロ.常連顧客の個別ニーズ　ホ.商品の感性やセンス　チ.ファッション性または新商品
ハ.商品の素材や品質　ヘ.商品の価格　リ.競合店が扱っていない商品
ヌ.その他（　　）

Q11　在庫の長期化を防止するために、仕入先への返品や交換(入替)をしていますか（ひとつに○印）

イ.している　ニ.商品の性格上出来ない
ロ.したことがない　ホ.仕入先の預かり在庫なので必要がない
ハ.したいが仕入先が不承知　ヘ.その他（　　）

Q12　どういったお店が好まれると思いますか。該当する番号を記入してください

優先順位①:（　　）　優先順位②:（　　）　優先順位③:（　　）

1.値段が安いお店	6.店の雰囲気や接客態度が良い
2.品揃えが豊富なお店	7.商品や組み合わせなどの提案をしてくれる
3.品質が良いお店	8.細かい要望に応えてくれる
4.様々なものをまとめて購入できる	9.セール等のイベントが多く活気があるお店
5.駐車場や駐輪場が整備されている	10.その他（　　）

Q13　顧客はなぜ貴社の店舗で買物をしていると思いますか。重要度の高い順に該当する番号を記入してください

優先順位①:(　　)　優先順位②:(　　)　優先順位③:(　　)

1.自宅から近い	7.商品や組み合わせなどの提案をしてくれる
2.値段が安い	8.店の雰囲気や接客態度がよい
3.他に利用可能な店舗がない	9.駐車場がある
4.品質が良い	10.交通の便が良い
5.顔なじみである	11.品揃えが豊富である
6.細かい要望に応えてくれる	12.その他（　　）

Q14　今後の方針について、重要度の高い順に該当する番号を記入してください

優先順位①:(　　)　優先順位②:(　　)　優先順位③:(　　)

1.外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	6.現状を維持しながら効率化を図る
2.店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	7.経費を徹底的に見直し削減努力をする
3.魅力ある商品を増やし専門性を高める	8.経営を縮小し採算を合していく
4.広告宣伝や広報活動を強化する	9.将来的には廃業も考えている
5.陳列方法やディスプレイ、POP 等の改善	10.その他（　　）

Q15　Q14 で選んだ重要項目を達成するために、必要と思われる項目の番号を記入してください

優先順位①:(　　)　優先順位②:(　　)　優先順位③:(　　)

1.スキル（知識や技術、情報等）を向上するためにの勉強会やセミナーへの参加
2.現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析
3.将来を見据えた【業績 UP のための】経営計画書策定
4.将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定
5.販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定
6.自社知名度向上につなげる IT スキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル
7.従業員の確保と人材育成強化
8.資金繰り計画や新たな金融支援
9.国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定
10.その他（　　）

Q16　商工会へのご意見・ご要望などあればご自由にお書きください

以上、ご協力ありがとうございました

（２）単純集計表

営業年数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0～19年	6	18.2
2	20～39年	3	9.1
3	40～59年	9	27.3
4	60～79年	10	30.3
5	80～99年	3	9.1
6	100年以上	1	3
	不明	1	3
サンプル数（%ベース）		33	100

代表者年齢　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	30～39歳	1	3
2	40～49歳	1	3
3	50～59歳	6	18.2
4	60～69歳	9	27.3
5	70～79歳	10	30.3
6	80～89歳	5	15.2
7	90歳以上	1	3
サンプル数（%ベース）		33	100

役員又は事業主数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	1	3
2	1人	19	57.6
3	2人	9	27.3
4	3人以上	4	12.1
	不明	0	0
サンプル数（%ベース）		33	100

正社員数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	20	60.6
2	1～5人	10	30.3
3	6～10人	1	3
4	11～15人	2	6.1
5	16人以上	0	0
サンプル数（%ベース）		33	100

パート数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	21	63.6
2	1～5人	8	24.2
3	6～10人	3	9.1
4	11～15人	0	0
5	16～20人	0	0
6	21～25人	1	3
7	26人以上	0	0
サンプル数（%ベース）		33	100

合計人数　（数量）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0人	0	0
2	1～5人	24	72.7
3	6～10人	4	12.1
4	11～15人	1	3
5	16～20人	2	6.1
6	21～25人	0	0
7	26人以上	2	6.1
サンプル数（%ベース）		33	100

売上高　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1千万円以下	15	45.5
2	3千万円以下	8	24.2
3	5千万円以下	0	0
4	1億円以下	2	6.1
5	5億円以下	4	12.1
6	5億円超	1	3
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q1.主たる業種　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	飲食料品	4	12.1
2	食料品（鮮魚・精肉・惣菜・菓子などの専門）	6	18.2
3	衣料品類	3	9.1
4	日用雑貨・台所用品	2	6.1
5	医療・化粧品	2	6.1
6	家庭用電化製品	1	3
7	家具・備品等	0	0
8	靴・履物・鞄・袋物	1	3
9	時計・眼鏡・カメラ・貴金属類	1	3
10	書籍・スポーツ用品・レジャー用品	1	3
11	各種総合商品小売	1	3
12	その他	13	39.4
サンプル数（%ベース）		35	106

Q2.兼業の有無と兼業の内容　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	あり	10	30.3
2	なし	20	60.6
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q2.兼業の内容　（MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	飲食店	0	0
2	喫茶	0	0
3	卸売業	0	0
4	自動車関連業	2	18.2
5	ネット販売	1	9.1
6	その他	8	72.7
サンプル数（%ベース）		11	100

Q3.後継者の有無　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	後継者がいる（親族）	4	12.1
2	後継者がいる（親族以外）	2	6.1
3	後継者なし	24	72.7
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q3.（後継者あり）事業承継の予定時期　（SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1年以内	0	0
2	3年以内	0	0
3	5年以内	1	25
4	特に決めていない	3	75
サンプル数（%ベース）		4	100

Q3.（後継者なし）今後の予定　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	事業承継者を探す	3	12.5
2	事業売却（M&A等）を検討	0	0.0
3	事業廃業	7	29.2
4	特に考えていない	7	29.2
	不明	7	29.2
数（	サンプル数（%ベース）	24	100

Q4.役員　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	2	6.1
2	1人	18	54.5
3	2人	9	27.3
4	3人以上	4	12.1
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.事務員　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	24	72.7
2	1人	8	24.2
3	2人以上	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.営業　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	27	81.8
2	1人	5	15.2
3	2人以上	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.技術者　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	30	90.9
2	1人	0	0
3	2人	2	6.1
4	3人以上	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.一般　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	24	72.7
2	1～5人	5	15.2
3	6～10人	1	3
4	11～15人	3	9.1
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.～20代　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	28	84.8
2	1人	3	9.1
3	2人以上	2	6.1
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.30代　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	26	78.8
2	1人	3	9.1
3	2人	3	9.1
4	3人以上	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.40代　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	25	75.8
2	1人	4	12.1
3	2人	2	6.1
4	3人	0	0
5	4人以上	2	6.1
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.50代　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	19	57.6
2	1～5人	13	39.4
4	11人以上	0	0
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.60代　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	19	57.6
2	1～5人	13	39.4
3	6～10人	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q4.70代　（数量）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	0人	15	45.5
2	1～5人	16	48.5
3	6～10人	1	3
4	11～15人	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q5.立地環境　（MA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	地域中心部	10	30.3
2	住宅地の中	6	18.2
3	幹線道路沿い	6	18.2
4	商店街またはその周辺	4	12.1
5	ショッピングセンターなどの共同店舗	0	0
6	観光名所の近く	0	0
7	その他	7	21.2
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q6..売上金額　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	増加	5	15.2
2	不変	5	15.2
3	減少	22	66.7
	不明	1	3
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q6.売上金額（増加を選択）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	約1割増加	2	6.1
2	約2割増加	1	3
3	約3割増加	0	0
4	2倍以上伸びた	0	0
	不明	30	90.9
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q6.売上金額（減少を選択）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	約1割減少	8	24.2
2	約2割減少	4	12.1
3	約3割減少	4	12.1
4	半分以下に減少	3	9.1
	不明	14	42.4
	サンプル数（%ベース）	33	100

Q6.売上顧客単価 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	増加	1	3
2	不変	5	15.2
3	減少	25	75.8
	不明	2	6.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q6.売上顧客数量 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	増加	4	12.1
2	不変	1	3
3	減少	26	78.8
	不明	2	6.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q6.仕入単価 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	増加	6	18.2
2	不変	6	18.2
3	減少	17	51.5
	不明	4	12.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q6.採算 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	増加	4	12.1
2	不変	6	18.2
3	減少	18	54.5
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q6..従業員 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	増加	2	6.1
2	不変	14	42.4
3	減少	6	18.2
	不明	11	33.3
サンプル数（%ベース）		33	100

Q6..業況 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	良い	1	3
2	普通	7	21.2
3	悪い	17	51.5
	不明	8	24.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q7.昨年新規の設備投資状況 （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	実施した	9	27.3
2	実施していない	22	66.7
	不明	2	6.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q7.実施した設備 （MA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	備品等設備	5	25
2	店舗建物	4	20
3	付帯設備	4	20
4	車両運搬具	3	15
5	OA機器	2	10
6	土地	1	5
7	福利厚生施設	0	0
8	その他	1	5
サンプル数（%ベース）		20	100

Q8.直面している経営上の問題点（1位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	固定客の減少	16	48.5
2	景気や需要の低迷	5	15.2
3	大型店舗による競争の悪化	3	9.1
4	店舗や看板等の老朽化	2	6.1
5	新規客の減少	1	3
6	人件費の増加	1	3
7	従業員の確保難	1	3
8	新規参入業者の増加	0	0
9	新商品や顧客ニーズ情報の不足	0	0
10	仕入原価の上昇	0	0
11	仕入原価・人件費以外の経費増加	0	0
12	顧客単価の減少・上昇難	0	0
13	金利負担の増加	0	0
14	取引条件の悪化	0	0
15	事業資金の借入難	0	0
16	広告等の販売促進不足	0	0
17	顧客への接客スキル不足	0	0
18	その他	0	0
	不明	4	12.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q8.直面している経営上の問題点（2位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	新規客の減少	9	27.3
2	顧客単価の減少・上昇難	8	24.2
3	固定客の減少	4	12.1
4	大型店舗による競争の悪化	1	3
5	仕入原価の上昇	1	3
6	人件費の増加	1	3
7	従業員の確保難	1	3
8	広告等の販売促進不足	1	3
9	景気や需要の低迷	1	3
10	顧客への接客スキル不足	1	3
11	新規参入業者の増加	0	0
12	店舗や看板等の老朽化	0	0
13	新商品や顧客ニーズ情報の不足	0	0
14	仕入原価・人件費以外の経費増加	0	0
15	金利負担の増加	0	0
16	取引条件の悪化	0	0
17	事業資金の借入難	0	0
18	その他	0	0
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q8.直面している経営上の問題点（3位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	新規客の減少	5	15.2
2	店舗や看板等の老朽化	4	12.1
3	顧客単価の減少・上昇難	4	12.1
4	景気や需要の低迷	4	12.1
5	大型店舗による競争の悪化	2	6.1
6	固定客の減少	2	6.1
7	顧客への接客スキル不足	2	6.1
8	仕入原価・人件費以外の経費増加	1	3
9	従業員の確保難	1	3
10	新規参入業者の増加	0	0
11	新商品や顧客ニーズ情報の不足	0	0
12	仕入原価の上昇	0	0
13	人件費の増加	0	0
14	金利負担の増加	0	0
15	取引条件の悪化	0	0
16	事業資金の借入難	0	0
17	広告等の販売促進不足	0	0
18	その他	1	3
	不明	7	21.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.客層の年代（1位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	～20代	0	0
2	30代	1	3
3	40代	1	3
4	50代	2	6.1
5	60代	10	30.3
6	70代～	18	54.5
	不明	1	3
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.客層の年代（2位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	～20代	0	0
2	30代	1	3
3	40代	1	3
4	50代	7	21.2
5	60代	16	48.5
6	70代～	5	15.2
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.客層の年代（3位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	～20代	0	0
2	30代	2	6.1
3	40代	8	24.2
4	50代	15	45.5
5	60代	3	9.1
6	70代～	1	3
	不明	4	12.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.来店手段（1位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	自家用車	23	69.7
2	徒歩	7	21.2
3	自転車	0	0
4	送迎車	0	0
5	電車＆バス	0	0
6	タクシー	0	0
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.来店手段（2位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	自転車	12	36.4
2	徒歩	6	18.2
3	自家用車	4	12.1
4	電車＆バス	3	9.1
5	送迎車	0	0
6	タクシー	0	0
	不明	8	24.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.来店手段（3位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	徒歩	11	33.3
2	自転車	4	12.1
3	自家用車	2	6.1
4	電車＆バス	2	6.1
5	タクシー	2	6.1
6	送迎車	0	0
	不明	12	36.4
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.利用頻度（1位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	ほぼ毎日	2	6.1
2	週に2～3回程度	11	33.3
3	週に1回程度	3	9.1
4	月に2～3回程度	2	6.1
5	月に1回程度	4	12.1
6	年に数回程度	6	18.2
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.利用頻度（2位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	ほぼ毎日	2	6.1
2	週に2～3回程度	3	9.1
3	週に1回程度	6	18.2
4	月に2～3回程度	5	15.2
5	月に1回程度	6	18.2
6	年に数回程度	2	6.1
	不明	9	27.3
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.利用頻度（3位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	ほぼ毎日	2	6.1
2	週に2～3回程度	1	3
3	週に1回程度	5	15.2
4	月に2～3回程度	8	24.2
5	月に1回程度	4	12.1
6	年に数回程度	2	6.1
	不明	11	33.3
サンプル数（%ベース）		33	100

Q9.顧客になったきっかけ(1位)　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	地域内常連	26	78.8
2	インターネット	2	6.1
3	地域外常連	1	3
4	通りすがり	1	3
5	御用聞き等の個別	1	3
6	チラシ広告	0	0
7	DM(ダイレクトメール)	0	0
8	商品券	0	0
9	情報誌の発行	0	0
10	イベント	0	0
11	その他	0	0
	不明	2	6.1
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客になったきっかけ(2位)　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	地域外常連	14	42.4
2	通りすがり	5	15.2
3	チラシ広告	2	6.1
4	地域内常連	1	3
5	イベント	1	3
6	御用聞き等の個別	1	3
7	インターネット	0	0
8	DM(ダイレクトメール)	0	0
9	商品券	0	0
10	情報誌の発行	0	0
11	その他	1	3
	不明	8	24.2
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客になったきっかけ(3位)　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	通りすがり	8	24.2
2	地域外常連	4	12.1
3	御用聞き等の個別	3	9.1
4	イベント	1	3
5	地域内常連	0	0
6	チラシ広告	0	0
7	インターネット	0	0
8	DM(ダイレクトメール)	0	0
9	商品券	0	0
10	情報誌の発行	0	0
11	その他	3	9.1
	不明	14	42.4
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客の居住地(1位)　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	町内	28	84.8
2	近隣市町	3	9.1
3	県外	1	3
4	山口市内	0	0
5	県内(近隣市町以外)	0	0
6	海外	0	0
	不明	1	3
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客の居住地(2位)　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	山口市内	19	57.6
2	近隣市町	4	12.1
3	町内	1	3
4	県内(近隣市町以外)	1	3
5	県外	0	0
6	海外	0	0
	不明	8	24.2
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客の居住地(3位)　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	近隣市町	15	45.5
2	県内(近隣市町以外)	3	9.1
3	山口市内	2	6.1
4	海外	1	3
5	町内	0	0
6	県外	0	0
	不明	12	36.4
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.消費税転嫁　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	出来ている	18	54.5
2	出来ていない	5	15.2
	不明	10	30.3
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客の志向　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ	12	36.4
2	とにかく安くて経済的なものを買う	11	33.3
3	多少値段が高くても品質の良いものを買う	5	15.2
	不明	5	15.2
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.顧客の個別情報の管理　(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	コンピュータは使っていない	16	48.5
2	POSを導入している	6	18.2
3	レジの記録を手作業で管理している	5	15.2
4	コンピュータに顧客台帳を登録している	3	9.1
	不明	3	9.1
サンプル数(%ベース)		33	100

Q9.コンピュータを使わないで顧客管理の方法　(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	何も管理していない	6	37.5
2	一覧式名簿で管理している	5	31.3
3	売掛帳で兼用している	5	31.3
4	顧客別に台帳を作って記録している	2	12.5
5	発行した保証書を利用している	0	0.0
6	会員カードで管理している	0	0.0
7	その他	1	6.3
サンプル数(%ベース)		19	118.8

Q10.仕入れ商品の選択基準 （MA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	顧客の全般的なニーズ	19	24.4
2	常連客の個別ニーズ	14	17.9
3	商品の素材や品質	14	17.9
4	商品の価格	13	16.7
5	ブランド	5	6.4
6	競合店が扱っていない商品	3	3.8
7	商品の感性やセンス	2	2.6
8	包装のデザイン	1	1.3
9	ファッション性または新商品	0	0.0
10	その他	1	1.3
	不明	6	7.7
サンプル数（%ベース）		78	100.0

Q11.在庫入替について （MA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	している	10	30.3
2	したことがない	8	24.2
3	商品の性格上出来ない	8	24.2
4	したいが仕入先が不承知	3	9.1
5	仕入先の預かり在庫なので必要がない	1	3
6	その他	0	0
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q12.好まれる店とは（1位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	品揃えが豊富なお店	10	30.3
2	品質が良いお店	7	21.2
3	値段が安いお店	4	12.1
4	店の雰囲気や接客態度が良い	4	12.1
5	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	2	6.1
6	細かい要望に応えてくれる	2	6.1
7	駐車場や駐輪場が整備されてる	1	3
8	様々なものをまとめて購入できる	0	0
9	セール等のイベントが多く活気があるお店	0	0
10	その他	0	0
	不明	3	9.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q12.好まれる店とは（2位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	品質が良いお店	7	21.2
2	店の雰囲気や接客態度が良い	6	18.2
3	品揃えが豊富なお店	5	15.2
4	細かい要望に応えてくれる	5	15.2
5	値段が安いお店	2	6.1
6	様々なものをまとめて購入できる	1	3
7	駐車場や駐輪場が整備されてる	1	3
8	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	1	3
9	セール等のイベントが多く活気があるお店	0	0
10	その他	0	0
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q12.好まれる店とは（3位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	細かい要望に応えてくれる	8	24.2
2	値段が安いお店	6	18.2
3	店の雰囲気や接客態度が良い	4	12.1
4	品質が良いお店	3	9.1
5	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	3	9.1
6	様々なものをまとめて購入できる	2	6.1
7	駐車場や駐輪場が整備されてる	2	6.1
8	品揃えが豊富なお店	0	0
9	セール等のイベントが多く活気があるお店	0	0
10	その他	0	0
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（1位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	自宅から近い	10	30.3
2	顔なじみである	8	24.2
3	品質が良い	5	15.2
4	値段が安い	2	6.1
5	他に利用可能な店舗がない	2	6.1
6	細かい要望に応えてくれる	2	6.1
7	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	0	0
8	店の雰囲気や接客態度がよい	0	0
9	駐車場がある	0	0
10	交通の便が良い	0	0
11	品揃えが豊富である	0	0
12	その他	0	0
	不明	4	12.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（2位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	顔なじみである	8	24.2
2	細かい要望に応えてくれる	6	18.2
3	自宅から近い	4	12.1
4	値段が安い	3	9.1
5	他に利用可能な店舗がない	3	9.1
6	店の雰囲気や接客態度がよい	2	6.1
7	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	1	3
8	駐車場がある	1	3
9	品質が良い	0	0
10	交通の便が良い	0	0
11	品揃えが豊富である	0	0
12	その他	0	0
	不明	5	15.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（3位） （SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体)%
1	自宅から近い	4	12.1
2	他に利用可能な店舗がない	4	12.1
3	顔なじみである	4	12.1
4	駐車場がある	4	12.1
5	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	3	9.1
6	店の雰囲気や接客態度がよい	3	9.1
7	値段が安い	1	3
8	品質が良い	1	3
9	細かい要望に応えてくれる	1	3
10	交通の便が良い	1	3
11	品揃えが豊富である	0	0
12	その他	1	3
	不明	6	18.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q14.今後の方針（1位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	現状を維持しながら効率化を図る	16	48.5
2	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	4	12.1
3	魅力ある商品を増やし専門性を高める	3	9.1
4	経費を徹底的に見直し削減努力をする	2	6.1
5	将来的には廃業も考えている	2	6.1
6	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	1	3
7	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	1	3
8	広告宣伝や広告活動を強化する	0	0
9	経営を縮小し採算を合していく	0	0
10	その他	0	0
	不明	4	12.1
サンプル数（%ベース）		33	100

Q14.今後の方針（2位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	経営を縮小し採算を合していく	7	21.2
2	現状を維持しながら効率化を図る	5	15.2
3	経費を徹底的に見直し削減努力をする	4	12.1
4	魅力ある商品を増やし専門性を高める	3	9.1
5	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	2	6.1
6	広告宣伝や広告活動を強化する	2	6.1
7	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	2	6.1
8	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	1	3
9	将来的には廃業も考えている	1	3
10	その他	0	0
	不明	6	18.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q14.今後の方針（3位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	将来的には廃業も考えている	11	33.3
2	経費を徹底的に見直し削減努力をする	5	15.2
3	魅力ある商品を増やし専門性を高める	3	9.1
4	現状を維持しながら効率化を図る	3	9.1
5	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	2	6.1
6	経営を縮小し採算を合していく	1	3
7	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	0	0
8	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	0	0
9	広告宣伝や広告活動を強化する	0	0
10	その他	0	0
	不明	8	24.2
サンプル数（%ベース）		33	100

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（1位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	10	30.3
2	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	5	15.2
3	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	4	12.1
4	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	2	6.1
5	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	1	3
6	従業員の確保と人材育成強化	1	3
7	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	0	0
8	資金繰り計画や新たな金融支援	0	0
9	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	0	0
10	その他	0	0
	不明	10	30.3
サンプル数（%ベース）		33	100

.今後の方針を達成するために必要なもの（2位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	5	15.2
2	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	5	15.2
3	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	2	6.1
4	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	2	6.1
5	従業員の確保と人材育成強化	1	3
6	資金繰り計画や新たな金融支援	1	3
7	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	0	0
8	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	0	0
9	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	0	0
10	その他	0	0
	不明	17	51.5
サンプル数（%ベース）		33	100

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（3位）　（SA）

No.	カテゴリ	件数	（全体）%
1	従業員の確保と人材育成強化	5	15.2
2	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	4	12.1
3	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	2	6.1
4	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	1	3
5	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	0	0
6	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	0	0
7	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	0	0
8	資金繰り計画や新たな金融支援	0	0
9	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	0	0
10	その他	1	3
	不明	20	60.6
サンプル数（%ベース）		33	100

（３）業種別クロス集計表

営業年数

下段:%	合計	0～19年	20～39年	40～59年	60～79年	80～99年	100年以上
合計	32	6	3	9	10	3	1
	100	18.8	9.4	28.1	31.3	9.4	3.1
飲食料品	9	2	－	3	1	3	－
	100	22.2	－	33.3	11.1	33.3	－
衣料品・日用雑貨等	11	2	1	2	5	－	1
	100	18.2	9.1	18.2	45.5	－	9.1
その他	12	2	2	4	4	－	－
	100	16.7	16.7	33.3	33.3	－	－

代表者年齢

下段:%	合計	59歳以下	60歳代	70歳以上
合計	33	8	9	16
	100	24.2	27.3	48.5
飲食料品	10	4	－	6
	100	40	－	60
衣料品・日用雑貨等	11	1	5	5
	100	9.1	45.5	45.5
その他	12	3	4	5
	100	25	33.3	41.7

役員又は事業主数

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	1	19	9	4
	100	3	57.6	27.3	12.1
飲食料品	10	1	6	2	1
	100	10	60	20	10
衣料品・日用雑貨等	11	－	8	3	－
	100	－	72.7	27.3	－
その他	12	－	5	4	3
	100	－	41.7	33.3	25

正社員数

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人
合計	33	20	10	1	2
	100	60.6	30.3	3	6.1
飲食料品	10	9	1	－	－
	100	90	10	－	－
衣料品・日用雑貨等	11	6	5	－	－
	100	54.5	45.5	－	－
その他	12	5	4	1	2
	100	41.7	33.3	8.3	16.7

パート数

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人	16～20人	21～25人
合計	33	21	8	3	－	－	1
	100	63.6	24.2	9.1	－	－	3
飲食料品	10	7	1	1	－	－	1
	100	70	10	10	－	－	10
衣料品・日用雑貨等	11	10	1	－	－	－	－
	100	90.9	9.1	－	－	－	－
その他	12	4	6	2	－	－	－
	100	33.3	50	16.7	－	－	－

合計人数

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人	16～20人	21～25人	26人以上
合計	33	－	24	4	1	2	－	2
	100	－	72.7	12.1	3	6.1	－	6.1
飲食料品	10	－	8	－	1	－	－	1
	100	－	80	－	10	－	－	10
衣料品・日用雑貨等	11	－	11	－	－	－	－	－
	100	－	100	－	－	－	－	－
その他	12	－	5	4	－	2	－	1
	100	－	41.7	33.3	－	16.7	－	8.3

売上高

下段:%	合計	1千万円以下	3千万円以下	5千万円以下	1億円以下	5億円以下	5億円超
合計	30	15	8	–	2	4	1
	100	50	26.7	–	6.7	13.3	3.3
飲食料品	9	6	2	–	–	–	1
	100	66.7	22.2	–	–	–	11.1
衣料品・日用雑貨等	10	6	4	–	–	–	–
	100	60	40	–	–	–	–
その他	11	3	2	–	2	4	–
	100	27.3	18.2	–	18.2	36.4	–

Q2.兼業の有無と兼業の内容

下段:%	合計	あり	なし
合計	30	10	20
	100	33.3	66.7
飲食料品	8	2	6
	100	25	75
衣料品・日用雑貨等	10	2	8
	100	20	80
その他	12	6	6
	100	50	50

Q2.兼業の内容

下段:%	合計	飲食店	喫茶	卸売業	自動車関連業	ネット販売	その他
合計	10	–	–	–	2	1	8
	100	–	–	–	20	10	80
飲食料品	2	–	–	–	–	–	2
	100	–	–	–	–	–	100
衣料品・日用雑貨等	2	–	–	–	–	–	2
	100	–	–	–	–	–	100
その他	6	–	–	–	2	1	4
	100	–	–	–	33.3	16.7	66.7

Q3.後継者の有無

下段:%	合計	後継者がいる(親族)	後継者がいる(親族以外)	後継者なし
合計	30	4	2	24
	100	13.3	6.7	80
飲食料品	10	–	1	9
	100	–	10	90
衣料品・日用雑貨等	11	1	–	10
	100	9.1	–	90.9
その他	9	3	1	5
	100	33.3	11.1	55.6

Q3. (後継者あり)事業承継の予定時期

下段:%	合計	1年以内	3年以内	5年以内	特に決めていない
合計	4	–	–	1	3
	100	–	–	25	75
飲食料品	–	–	–	–	–
	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	1	–	–	–	1
	100	–	–	–	100
その他	3	–	–	1	2
	100	–	–	33.3	66.7

Q3.（後継者なし）今後の予定

下段:%	合計	事業承継者を探す	事業売却（M&A等）を検討	事業廃業	特に考えていない
合計	17	3	－	7	7
	100	17.6	－	41.2	41.2
飲食料品	8	1	－	5	2
	100	12.5	－	62.5	25
衣料品・日用雑貨等	5	－	－	2	3
	100	－	－	40	60
その他	4	2	－	－	2
	100	50	－	－	50

Q4.役員

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	2	18	9	4
	100	6.1	54.5	27.3	12.1
飲食料品	10	1	7	1	1
	100	10	70	10	10
衣料品・日用雑貨等	11	－	7	4	－
	100	－	63.6	36.4	－
その他	12	1	4	4	3
	100	8.3	33.3	33.3	25

Q4.事務員

下段:%	合計	0人	1人	2人以上
合計	33	24	8	1
	100	72.7	24.2	3
飲食料品	10	8	2	－
	100	80	20	－
衣料品・日用雑貨等	11	10	1	－
	100	90.9	9.1	－
その他	12	6	5	1
	100	50	41.7	8.3

Q4.営業

下段:%	合計	0人	1人	2人以上
合計	33	27	5	1
	100	81.8	15.2	3
飲食料品	10	10	－	－
	100	100	－	－
衣料品・日用雑貨等	11	8	3	－
	100	72.7	27.3	－
その他	12	9	2	1
	100	75	16.7	8.3

Q4.技術者

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	30	－	2	1
	100	90.9	－	6.1	3
飲食料品	10	10	－	－	－
	100	100	－	－	－
衣料品・日用雑貨等	11	11	－	－	－
	100	100	－	－	－
その他	12	9	－	2	1
	100	75	－	16.7	8.3

Q4.一般

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人
合計	33	24	5	1	3
	100	72.7	15.2	3	9.1
飲食料品	10	7	1	1	1
	100	70	10	10	10
衣料品・日用雑貨等	11	10	1	－	－
	100	90.9	9.1	－	－
その他	12	7	3	－	2
	100	58.3	25	－	16.7

Q4.～20代

下段:%	合計	0人	1人	2人以上
合計	33	28	3	2
	100	*84.8*	*9.1*	*6.1*
飲食料品	10	8	1	1
	100	*80*	*10*	*10*
衣料品・日用雑貨等	11	11	－	－
	100	*100*	－	－
その他	12	9	2	1
	100	*75*	*16.7*	*8.3*

Q4.30代

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	26	3	3	1
	100	*78.8*	*9.1*	*9.1*	*3*
飲食料品	10	9	－	1	－
	100	*90*	－	*10*	－
衣料品・日用雑貨等	11	11	－	－	－
	100	*100*	－	－	－
その他	12	6	3	2	1
	100	*50*	*25*	*16.7*	*8.3*

Q4.40代

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人	4人以上
合計	33	25	4	2	－	2
	100	*75.8*	*12.1*	*6.1*	－	*6.1*
飲食料品	10	9	－	－	－	1
	100	*90*	－	－	－	*10*
衣料品・日用雑貨等	11	10	1	－	－	－
	100	*90.9*	*9.1*	－	－	－
その他	12	6	3	2	－	1
	100	*50*	*25*	*16.7*	－	*8.3*

Q4.50代

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人
合計	33	19	13	1
	100	*57.6*	*39.4*	*3*
飲食料品	10	6	3	1
	100	*60*	*30*	*10*
衣料品・日用雑貨等	11	9	2	－
	100	*81.8*	*18.2*	－
その他	12	4	8	－
	100	*33.3*	*66.7*	－

Q4.60代

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人
合計	33	19	13	1
	100	*57.6*	*39.4*	*3*
飲食料品	10	9	－	1
	100	*90*	－	*10*
衣料品・日用雑貨等	11	6	5	－
	100	*54.5*	*45.5*	－
その他	12	4	8	－
	100	*33.3*	*66.7*	－

Q4.70代

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人
合計	33	15	16	1	1
	100	*45.5*	*48.5*	*3*	*3*
飲食料品	10	4	5	－	1
	100	*40*	*50*	－	*10*
衣料品・日用雑貨等	11	5	6	－	－
	100	*45.5*	*54.5*	－	－
その他	12	6	5	1	－
	100	*50*	*41.7*	*8.3*	－

Q5.立地環境

下段:%	合計	地域中心部	住宅地の中	幹線道路沿い	商店街またはその周辺	ショッピングセンターなどの共同店舗	観光名所の近く	その他
合計	33	10	6	6	4	–	–	7
	100	30.3	18.2	18.2	12.1	–	–	21.2
飲食料品	10	2	3	2	–	–	–	3
	100	20	30	20	–	–	–	30
衣料品・日用雑貨等	11	5	1	1	4	–	–	–
	100	45.5	9.1	9.1	36.4	–	–	–
その他	12	3	2	3	–	–	–	4
	100	25	16.7	25	–	–	–	33.3

Q6..売上金額

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	32	5	5	22
	100	15.6	15.6	68.8
飲食料品	9	1	1	7
	100	11.1	11.1	77.8
衣料品・日用雑貨等	11	1	3	7
	100	9.1	27.3	63.6
その他	12	3	1	8
	100	25	8.3	66.7

Q6.売上金額（増加を選択）

下段:%	合計	約1割増加	約2割増加	約3割増加	2倍以上伸びた
合計	3	2	1	–	–
	100	66.7	33.3	–	–
飲食料品	1	1	–	–	–
	100	100	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	1	–	1	–	–
	100	–	100	–	–
その他	1	1	–	–	–
	100	100	–	–	–

Q6.売上金額（減少を選択）

下段:%	合計	約1割減少	約2割減少	約3割減少	半分以下に減少
合計	19	8	4	4	3
	100	42.1	21.1	21.1	15.8
飲食料品	7	3	1	2	1
	100	42.9	14.3	28.6	14.3
衣料品・日用雑貨等	6	3	1	1	1
	100	50	16.7	16.7	16.7
その他	6	2	2	1	1
	100	33.3	33.3	16.7	16.7

Q6.売上顧客単価

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	31	1	5	25
	100	3.2	16.1	80.6
飲食料品	9	–	2	7
	100	–	22.2	77.8
衣料品・日用雑貨等	11	–	1	10
	100	–	9.1	90.9
その他	11	1	2	8
	100	9.1	18.2	72.7

Q6.売上顧客数量

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	31	4	1	26
	100	12.9	3.2	83.9
飲食料品	9	–	1	8
	100	–	11.1	88.9
衣料品・日用雑貨等	11	1	–	10
	100	9.1	–	90.9
その他	11	3	–	8
	100	27.3	–	72.7

Q6.仕入単価

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	29	6	6	17
	100	20.7	20.7	58.6
飲食料品	8	2	1	5
	100	25	12.5	62.5
衣料品・日用雑貨等	11	3	2	6
	100	27.3	18.2	54.5
その他	10	1	3	6
	100	10	30	60

Q6.採算

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	28	4	6	18
	100	14.3	21.4	64.3
飲食料品	8	–	1	7
	100	–	12.5	87.5
衣料品・日用雑貨等	11	2	2	7
	100	18.2	18.2	63.6
その他	9	2	3	4
	100	22.2	33.3	44.4

Q6..従業員

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	22	2	14	6
	100	9.1	63.6	27.3
飲食料品	5	–	2	3
	100	–	40	60
衣料品・日用雑貨等	9	–	8	1
	100	–	88.9	11.1
その他	8	2	4	2
	100	25	50	25

Q6..業況

下段:%	合計	良い	普通	悪い
合計	25	1	7	17
	100	4	28	68
飲食料品	7	–	1	6
	100	–	14.3	85.7
衣料品・日用雑貨等	10	–	2	8
	100	–	20	80
その他	8	1	4	3
	100	12.5	50	37.5

Q7.昨年新規の設備投資状況

下段:%	合計	実施した	実施していない
合計	31	9	22
	100	29	71
飲食料品	9	1	8
	100	11.1	88.9
衣料品・日用雑貨等	11	3	8
	100	27.3	72.7
その他	11	5	6
	100	45.5	54.5

Q7.実施した設備

下段:%	合計	備品等設備	店舗建物	付帯設備	車両運搬具	OA機器	土地	福利厚生施設	その他
合計	9	5	4	4	3	2	1	–	1
	100	55.6	44.4	44.4	33.3	22.2	11.1	–	11.1
飲食料品	1	–	1	–	–	–	–	–	–
	100	–	100	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	3	2	2	2	–	–	–	–	–
	100	66.7	66.7	66.7	–	–	–	–	–
その他	5	3	1	2	3	2	1	–	1
	100	60	20	40	60	40	20	–	20

Q8.直面している経営上の問題点（1位）

下段:%	合計	固定客の減少	景気や需要の低迷	大型店舗による競争の悪化	店舗や看板等の老朽化	新規客の減少	人件費の増加	従業員の確保難	新規参入業者の増加	新商品や顧客ニーズ情報の不足	仕入原価の上昇	仕入原価・人件費以外の経費増加	顧客単価の減少・上昇難	金利負担の増加	取引条件の悪化	事業資金の借入難	広告等の販売促進不足	顧客への接客スキル不足	その他
合計	29	16	5	3	2	1	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	55.2	17.2	10.3	6.9	3.4	3.4	3.4	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
飲食料品	9	3	1	2	2	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	33.3	11.1	22.2	22.2	11.1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	9	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	81.8	9.1	9.1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	9	4	3	–	–	–	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	44.4	33.3	–	–	–	11.1	11.1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Q8.直面している経営上の問題点（2位）

下段:%	合計	新規客の減少	顧客単価の減少・上昇難	固定客の減少	大型店舗による競争の悪化	仕入原価の上昇	人件費の増加	従業員の確保難	広告等の販売促進不足	景気や需要の低迷	顧客への接客スキル不足	新規参入業者の増加	店舗や看板等の老朽化	新商品や顧客ニーズ情報の不足	仕入原価・人件費以外の経費増加	金利負担の増加	取引条件の悪化	事業資金の借入難	その他
合計	28	9	8	4	1	1	1	1	1	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	32.1	28.6	14.3	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	–	–	–	–	–	–	–	–
飲食料品	8	3	1	2	–	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	37.5	12.5	25	–	12.5	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	5	4	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	45.5	36.4	9.1	9.1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	9	1	3	1	–	–	–	1	1	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	11.1	33.3	11.1	–	–	–	11.1	11.1	11.1	11.1	–	–	–	–	–	–	–	–

Q8.直面している経営上の問題点（3位）

下段:%	合計	新規客の減少	店舗や看板等の老朽化	顧客単価の減少・上昇難	景気や需要の低迷	大型店舗による競争の悪化	固定客の減少	顧客への接客スキル不足	仕入原価・人件費以外の経費増加	従業員の確保難	新規参入業者の増加	新商品や顧客ニーズ情報の不足	仕入原価の上昇	人件費の増加	金利負担の増加	取引条件の悪化	事業資金の借入難	広告等の販売促進不足	その他
合計	26	5	4	4	4	2	2	2	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	1
	100	19.2	15.4	15.4	15.4	7.7	7.7	7.7	3.8	3.8	–	–	–	–	–	–	–	–	3.8
飲食料品	8	–	2	3	1	–	1	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	–	25	37.5	12.5	–	12.5	–	–	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	10	3	–	1	2	1	1	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	30	–	10	20	10	10	10	10	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	8	2	2	–	1	1	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	1
	100	25	25	–	12.5	12.5	–	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	12.5

Q9.客層の年代（1位）

下段:%	合計	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
合計	32	–	1	1	2	10	18
	100	–	3.1	3.1	6.3	31.3	56.3
飲食料品	10	–	1	1	–	4	4
	100	–	10	10	–	40	40
衣料品・日用雑貨等	11	–	–	–	–	2	9
	100	–	–	–	–	18.2	81.8
その他	11	–	–	–	2	4	5
	100	–	–	–	18.2	36.4	45.5

Q9.客層の年代（2位）

下段:%	合計	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
合計	30	–	1	1	7	16	5
	100	–	3.3	3.3	23.3	53.3	16.7
飲食料品	9	–	–	1	3	3	2
	100	–	–	11.1	33.3	33.3	22.2
衣料品・日用雑貨等	11	–	–	–	1	9	1
	100	–	–	–	9.1	81.8	9.1
その他	10	–	1	–	3	4	2
	100	–	10	–	30	40	20

Q9.客層の年代（3位）

下段:%	合計	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
合計	29	–	2	8	15	3	1
	100	–	6.9	27.6	51.7	10.3	3.4
飲食料品	9	–	–	2	5	1	1
	100	–	–	22.2	55.6	11.1	11.1
衣料品・日用雑貨等	10	–	1	3	6	–	–
	100	–	10	30	60	–	–
その他	10	–	1	3	4	2	–
	100	–	10	30	40	20	–

Q9.来店手段（1位）

下段:%	合計	自家用車	徒歩	自転車	送迎車	電車＆バス	タクシー
合計	30	23	7	–	–	–	–
	100	76.7	23.3	–	–	–	–
飲食料品	10	7	3	–	–	–	–
	100	70	30	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	8	3	–	–	–	–
	100	72.7	27.3	–	–	–	–
その他	9	8	1	–	–	–	–
	100	88.9	11.1	–	–	–	–

Q9.来店手段（2位）

下段:%	合計	自転車	徒歩	自家用車	電車＆バス	送迎車	タクシー
合計	25	12	6	4	3	–	–
	100	48	24	16	12	–	–
飲食料品	7	2	2	1	2	–	–
	100	28.6	28.6	14.3	28.6	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	6	4	1	–	–	–
	100	54.5	36.4	9.1	–	–	–
その他	7	4	–	2	1	–	–
	100	57.1	–	28.6	14.3	–	–

Q9.来店手段（3位）

下段:%	合計	徒歩	自転車	自家用車	電車＆バス	タクシー	送迎車
合計	21	11	4	2	2	2	–
	100	52.4	19	9.5	9.5	9.5	–
飲食料品	7	3	3	1	–	–	–
	100	42.9	42.9	14.3	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	9	4	1	1	2	1	–
	100	44.4	11.1	11.1	22.2	11.1	–
その他	5	4	–	–	–	1	–
	100	80	–	–	–	20	–

Q9.利用頻度（1位）

下段:%	合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度
合計	28	2	11	3	2	4	6
	100	7.1	39.3	10.7	7.1	14.3	21.4
飲食料品	10	2	5	1	1	1	–
	100	20	50	10	10	10	–
衣料品・日用雑貨等	11	–	4	–	–	3	4
	100	–	36.4	–	–	27.3	36.4
その他	7	–	2	2	1	–	2
	100	–	28.6	28.6	14.3	–	28.6

Q9.利用頻度（2位）

下段:%	合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度
合計	24	2	3	6	5	6	2
	100	8.3	12.5	25	20.8	25	8.3
飲食料品	7	2	2	1	–	1	1
	100	28.6	28.6	14.3	–	14.3	14.3
衣料品・日用雑貨等	11	–	–	3	3	4	1
	100	–	–	27.3	27.3	36.4	9.1
その他	6	–	1	2	2	1	–
	100	–	16.7	33.3	33.3	16.7	–

Q9.利用頻度（3位）

下段:%	合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度
合計	22	2	1	5	8	4	2
	100	9.1	4.5	22.7	36.4	18.2	9.1
飲食料品	6	–	1	3	2	–	–
	100	–	16.7	50	33.3	–	–
衣料品・日用雑貨等	10	1	–	2	4	2	1
	100	10	–	20	40	20	10
その他	6	1	–	–	2	2	1
	100	16.7	–	–	33.3	33.3	16.7

Q9.顧客になったきっかけ（1位）

下段:%	合計	地域内常連	インターネット	地域外常連	通りすがり	御用聞き等の個別	チラシ広告	DM（ダイレクトメール）	商品券	情報誌の発行	イベント	その他
合計	31	26	2	1	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	83.9	6.5	3.2	3.2	3.2	–	–	–	–	–	–
飲食料品	10	7	–	1	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	70	–	10	10	10	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	11	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	10	8	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	80	20	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Q9.顧客になったきっかけ（2位）

下段:%	合計	地域外常連	通りすがり	チラシ広告	地域内常連	イベント	御用聞き等の個別	インターネット	DM（ダイレクトメール）	商品券	情報誌の発行	その他
合計	25	14	5	2	1	1	1	–	–	–	–	1
	100	56	20	8	4	4	4	–	–	–	–	4
飲食料品	8	3	1	1	1	1	1	–	–	–	–	–
	100	37.5	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	9	7	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	77.8	11.1	11.1	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	8	4	3	–	–	–	–	–	–	–	–	1
	100	50	37.5	–	–	–	–	–	–	–	–	12.5

Q9.顧客になったきっかけ（3位）

下段:%	合計	通りすがり	地域外常連	御用聞き等の個別	イベント	地域内常連	チラシ広告	インターネット	DM（ダイレクトメール）	商品券	情報誌の発行	その他
合計	19	8	4	3	1	–	–	–	–	–	–	3
	100	42.1	21.1	15.8	5.3	–	–	–	–	–	–	15.8
飲食料品	5	3	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	60	40	–	–	–	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	7	3	–	3	–	–	–	–	–	–	–	1
	100	42.9	–	42.9	–	–	–	–	–	–	–	14.3
その他	7	2	2	–	1	–	–	–	–	–	–	2
	100	28.6	28.6	–	14.3	–	–	–	–	–	–	28.6

Q9.顧客の居住地（1位）

下段:%	合計	町内	近隣市町	県外	山口市内	県内（近隣市町以外）	海外
合計	32	28	3	1	–	–	–
	100	87.5	9.4	3.1	–	–	–
飲食料品	10	8	2	–	–	–	–
	100	80	20	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	11	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–
その他	11	9	1	1	–	–	–
	100	81.8	9.1	9.1	–	–	–

Q9.顧客の居住地（2位）

下段:%	合計	山口市内	近隣市町	町内	県内（近隣市町以外）	県外	海外
合計	25	19	4	1	1	–	–
	100	76	16	4	4	–	–
飲食料品	7	6	–	1	–	–	–
	100	85.7	–	14.3	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	10	9	1	–	–	–	–
	100	90	10	–	–	–	–
その他	8	4	3	–	1	–	–
	100	50	37.5	–	12.5	–	–

Q9.顧客の居住地（3位）

下段:%	合計	近隣市町	県内（近隣市町以外）	山口市内	海外	町内	県外
合計	21	15	3	2	1	–	–
	100	71.4	14.3	9.5	4.8	–	–
飲食料品	5	5	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	8	7	–	1	–	–	–
	100	87.5	–	12.5	–	–	–
その他	8	3	3	1	1	–	–
	100	37.5	37.5	12.5	12.5	–	–

Q9.消費税転嫁

下段:%	合計	出来ている	出来ていない
合計	23	18	5
	100	78.3	21.7
飲食料品	8	6	2
	100	75	25
衣料品・日用雑貨等	9	6	3
	100	66.7	33.3
その他	6	6	–
	100	100	–

Q9.顧客の志向

下段:%	合計	自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ	とにかく安くて経済的なものを買う	多少値段が高くても品質の良いものを買う
合計	28	12	11	5
	100	42.9	39.3	17.9
飲食料品	9	4	4	1
	100	44.4	44.4	11.1
衣料品・日用雑貨等	11	4	3	4
	100	36.4	27.3	36.4
その他	8	4	4	–
	100	50	50	–

Q9.顧客の個別情報の管理

下段:%	合計	コンピュータは使っていない	POSを導入している	レジの記録を手作業で管理している	コンピュータに顧客台帳を登録している
合計	30	16	6	5	3
	100	53.3	20	16.7	10
飲食料品	10	7	1	1	1
	100	70	10	10	10
衣料品・日用雑貨等	11	6	1	4	–
	100	54.5	9.1	36.4	–
その他	9	3	4	–	2
	100	33.3	44.4	–	22.2

Q9.コンピュータを使わないで顧客管理の方法

下段:%	合計	何も管理していない	一覧式名簿で管理している	売掛帳で兼用している	顧客別に台帳を作って記録している	発行した保証書を利用している	会員カードで管理している	その他
合計	19	6	5	5	2	–	–	1
	100	31.6	26.3	26.3	10.5	–	–	5.3
飲食料品	7	4	1	–	1	–	–	1
	100	57.1	14.3	–	14.3	–	–	14.3
衣料品・日用雑貨等	8	1	2	4	1	–	–	–
	100	12.5	25	50	12.5	–	–	–
その他	4	1	2	1	–	–	–	–
	100	25	50	25	–	–	–	–

Q10.仕入れ商品の選択基準

下段:%	合計	顧客の全般的なニーズ	常連客の個別ニーズ	商品の素材や品質	商品の価格	ブランド	競合店が扱っていない商品	商品の感性やセンス	包装のデザイン	ファッション性または新商品	その他
合計	27	19	14	14	13	5	3	2	1	–	1
	100	70.4	51.9	51.9	48.1	18.5	11.1	7.4	3.7	–	3.7
飲食料品	8	5	2	5	6	–	1	–	1	–	1
	100	62.5	25	62.5	75	–	12.5	–	12.5	–	12.5
衣料品・日用雑貨等	11	7	9	6	6	3	–	–	–	–	–
	100	63.6	81.8	54.5	54.5	27.3	–	–	–	–	–
その他	8	7	3	3	1	2	2	2	–	–	–
	100	87.5	37.5	37.5	12.5	25	25	25	–	–	–

Q11.在庫入替について

下段:%	合計	している	したことがない	商品の性格上出来ない	したいが仕入先が不承知	仕入先の預かり在庫なので必要がない	その他
合計	30	10	8	8	3	1	–
	100	33.3	26.7	26.7	10	3.3	–
飲食料品	9	3	3	2	–	1	–
	100	33.3	33.3	22.2	–	11.1	–
衣料品・日用雑貨等	11	3	4	2	2	–	–
	100	27.3	36.4	18.2	18.2	–	–
その他	10	4	1	4	1	–	–
	100	40	10	40	10	–	–

Q12.好まれる店とは(1位)

下段:%	合計	品揃えが豊富なお店	品質が良いお店	値段が安いお店	店の雰囲気や接客態度が良い	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	細かい要望に応えてくれる	駐車場や駐輪場が整備されてる	様々なものをまとめて購入できる	セール等のイベントが多く活気があるお店	その他
合計	30	10	7	4	4	2	2	1	–	–	–
	100	33.3	23.3	13.3	13.3	6.7	6.7	3.3	–	–	–
飲食料品	10	3	2	2	1	1	1	–	–	–	–
	100	30	20	20	10	10	10	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	5	3	1	–	–	1	1	–	–	–
	100	45.5	27.3	9.1	–	–	9.1	9.1	–	–	–
その他	9	2	2	1	3	1	–	–	–	–	–
	100	22.2	22.2	11.1	33.3	11.1	–	–	–	–	–

Q12.好まれる店とは(2位)

下段:%	合計	品質が良いお店	店の雰囲気や接客態度が良い	品揃えが豊富なお店	細かい要望に応えてくれる	値段が安いお店	様々なものをまとめて購入できる	駐車場や駐輪場が整備されてる	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	セール等のイベントが多く活気があるお店	その他
合計	28	7	6	5	5	2	1	1	1	–	–
	100	25	21.4	17.9	17.9	7.1	3.6	3.6	3.6	–	–
飲食料品	8	4	1	2	–	1	–	–	–	–	–
	100	50	12.5	25	–	12.5	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	3	3	2	–	1	1	1	–	–	–
	100	27.3	27.3	18.2	–	9.1	9.1	9.1	–	–	–
その他	9	–	2	1	5	–	–	–	1	–	–
	100	–	22.2	11.1	55.6	–	–	–	11.1	–	–

Q12.好まれる店とは(3位)

下段:%	合計	細かい要望に応えてくれる	値段が安いお店	店の雰囲気や接客態度が良い	品質が良いお店	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	様々なものをまとめて購入できる	駐車場や駐輪場が整備されてる	品揃えが豊富なお店	セール等のイベントが多く活気があるお店	その他
合計	28	8	6	4	3	3	2	2	–	–	–
	100	28.6	21.4	14.3	10.7	10.7	7.1	7.1	–	–	–
飲食料品	8	–	3	2	1	–	2	–	–	–	–
	100	–	37.5	25	12.5	–	25	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	5	1	2	–	2	–	1	–	–	–
	100	45.5	9.1	18.2	–	18.2	–	9.1	–	–	–
その他	9	3	2	–	2	1	–	1	–	–	–
	100	33.3	22.2	–	22.2	11.1	–	11.1	–	–	–

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（1位）

下段:%	合計	自宅から近い	顔なじみである	品質が良い	値段が安い	他に利用可能な店舗がない	細かい要望に応えてくれる	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	店の雰囲気や接客態度がよい	駐車場がある	交通の便が良い	品揃えが豊富である	その他
合計	29	10	8	5	2	2	2	–	–	–	–	–	–
	100	34.5	27.6	17.2	6.9	6.9	6.9	–	–	–	–	–	–
飲食料品	9	2	2	4	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	22.2	22.2	44.4	11.1	–	–	–	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	4	4	–	–	2	1	–	–	–	–	–	–
	100	36.4	36.4	–	–	18.2	9.1	–	–	–	–	–	–
その他	9	4	2	1	1	–	1	–	–	–	–	–	–
	100	44.4	22.2	11.1	11.1	–	11.1	–	–	–	–	–	–

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（2位）

下段:%	合計	顔なじみである	細かい要望に応えてくれる	自宅から近い	値段が安い	他に利用可能な店舗がない	店の雰囲気や接客態度がよい	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	駐車場がある	品質が良い	交通の便が良い	品揃えが豊富である	その他
合計	28	8	6	4	3	3	2	1	1	–	–	–	–
	100	28.6	21.4	14.3	10.7	10.7	7.1	3.6	3.6	–	–	–	–
飲食料品	8	2	2	1	1	1	–	–	1	–	–	–	–
	100	25	25	12.5	12.5	12.5	–	–	12.5	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	4	1	2	1	1	1	1	–	–	–	–	–
	100	36.4	9.1	18.2	9.1	9.1	9.1	9.1	–	–	–	–	–
その他	9	2	3	1	1	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	22.2	33.3	11.1	11.1	11.1	11.1	–	–	–	–	–	–

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（3位）

下段:%	合計	自宅から近い	他に利用可能な店舗がない	顔なじみである	駐車場がある	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	店の雰囲気や接客態度がよい	値段が安い	品質が良い	細かい要望に応えてくれる	交通の便が良い	品揃えが豊富である	その他
合計	27	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	–	1
	100	14.8	14.8	14.8	14.8	11.1	11.1	3.7	3.7	3.7	3.7	–	3.7
飲食料品	8	–	1	–	1	–	3	1	–	–	1	–	1
	100	–	12.5	–	12.5	–	37.5	12.5	–	–	12.5	–	12.5
衣料品・日用雑貨等	11	2	3	2	2	1	–	–	–	1	–	–	–
	100	18.2	27.3	18.2	18.2	9.1	–	–	–	9.1	–	–	–
その他	8	2	–	2	1	2	–	–	1	–	–	–	–
	100	25	–	25	12.5	25	–	–	12.5	–	–	–	–

Q14.今後の方針（1位）

下段:%	合計	現状を維持しながら効率化を図る	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	魅力ある商品を増やし専門性を高める	経費を徹底的に見直し削減努力をする	将来的には廃業も考えている	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	広告宣伝や広告活動を強化する	経営を縮小し採算を合していく	その他
合計	29	16	4	3	2	2	1	1	–	–	–
	100	55.2	13.8	10.3	6.9	6.9	3.4	3.4	–	–	–
飲食料品	9	5	2	–	1	–	1	–	–	–	–
	100	55.6	22.2	–	11.1	–	11.1	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	7	1	1	–	2	–	–	–	–	–
	100	63.6	9.1	9.1	–	18.2	–	–	–	–	–
その他	9	4	1	2	1	–	–	1	–	–	–
	100	44.4	11.1	22.2	11.1	–	–	11.1	–	–	–

Q14.今後の方針（2位）

下段:%	合計	経営を縮小し採算を合していく	現状を維持しながら効率化を図る	経費を徹底的に見直し削減努力をする	魅力ある商品を増やし専門性を高める	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	広告宣伝や広告活動を強化する	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	将来的には廃業も考えている	その他
合計	27	7	5	4	3	2	2	2	1	1	–
	100	25.9	18.5	14.8	11.1	7.4	7.4	7.4	3.7	3.7	–
飲食料品	8	4	1	1	–	–	–	2	–	–	–
	100	50	12.5	12.5	–	–	–	25	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	11	3	2	3	1	1	–	–	–	1	–
	100	27.3	18.2	27.3	9.1	9.1	–	–	–	9.1	–
その他	8	–	2	–	2	1	2	–	1	–	–
	100	–	25	–	25	12.5	25	–	12.5	–	–

Q14.今後の方針（3位）

下段:%	合計	将来的には廃業も考えている	経費を徹底的に見直し削減努力をする	魅力ある商品を増やし専門性を高める	現状を維持しながら効率化を図る	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	経営を縮小し採算を合していく	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	広告宣伝や広告活動を強化する	その他
合計	25	11	5	3	3	2	1	–	–	–	–
	100	44	20	12	12	8	4	–	–	–	–
飲食料品	7	4	1	1	–	1	–	–	–	–	–
	100	57.1	14.3	14.3	–	14.3	–	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	9	5	1	–	1	1	1	–	–	–	–
	100	55.6	11.1	–	11.1	11.1	11.1	–	–	–	–
その他	9	2	3	2	2	–	–	–	–	–	–
	100	22.2	33.3	22.2	22.2	–	–	–	–	–	–

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（1位）

下段:%	合計	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	従業員の確保と人材育成強化	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	資金繰り計画や新たな金融支援	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	その他
合計	23	10	5	4	2	1	1	–	–	–	–
	100	43.5	21.7	17.4	8.7	4.3	4.3	–	–	–	–
飲食料品	8	4	2	–	–	1	1	–	–	–	–
	100	50	25	–	–	12.5	12.5	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	7	4	3	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	57.1	42.9	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	8	2	–	4	2	–	–	–	–	–	–
	100	25	–	50	25	–	–	–	–	–	–

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（2位）

下段:%	合計	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	従業員の確保と人材育成強化	資金繰り計画や新たな金融支援	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	その他
合計	16	5	5	2	2	1	1	–	–	–	–
	100	31.3	31.3	12.5	12.5	6.3	6.3	–	–	–	–
飲食料品	6	1	1	1	2	–	1	–	–	–	–
	100	16.7	16.7	16.7	33.3	–	16.7	–	–	–	–
衣料品・日用雑貨等	3	–	3	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	–	100	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	7	4	1	1	–	1	–	–	–	–	–
	100	57.1	14.3	14.3	–	14.3	–	–	–	–	–

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（3位）

下段:%	合計	従業員の確保と人材育成強化	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	資金繰り計画や新たな金融支援	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	その他
合計	13	5	4	2	1	–	–	–	–	–	1
	100	*38.5*	*30.8*	*15.4*	*7.7*	–	–	–	–	–	*7.7*
飲食料品	5	1	2	1	–	–	–	–	–	–	1
	100	*20*	*40*	*20*	–	–	–	–	–	–	*20*
衣料品・日用雑貨等	2	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	*50*	*50*	–	–	–	–	–	–	–	–
その他	6	3	1	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	*50*	*16.7*	*16.7*	*16.7*	–	–	–	–	–	–

（４）経営者の年代別クロス集計表

営業年数

下段:%	合計	0～19年	20～39年	40～59年	60～79年	80～99年	100年以上
合計	32	6	3	9	10	3	1
	100	18.8	9.4	28.1	31.3	9.4	3.1
59歳以下	7	2	－	1	3	1	－
	100	28.6	－	14.3	42.9	14.3	－
60歳代	9	1	2	2	3	－	1
	100	11.1	22.2	22.2	33.3	－	11.1
70歳以上	16	3	1	6	4	2	－
	100	18.8	6.3	37.5	25	12.5	－

役員又は事業主数

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	1	19	9	4
	100	3	57.6	27.3	12.1
59歳以下	8	1	4	3	－
	100	12.5	50	37.5	－
60歳代	9	－	4	3	2
	100	－	44.4	33.3	22.2
70歳以上	16	－	11	3	2
	100	－	68.8	18.8	12.5

正社員数

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人
合計	33	20	10	1	2
	100	60.6	30.3	3	6.1
59歳以下	8	3	4	－	1
	100	37.5	50	－	12.5
60歳代	9	5	3	－	1
	100	55.6	33.3	－	11.1
70歳以上	16	12	3	1	－
	100	75	18.8	6.3	－

パート数

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人	16～20人	21～25人
合計	33	21	8	3	－	－	1
	100	63.6	24.2	9.1	－	－	3
59歳以下	8	3	4	－	－	－	1
	100	37.5	50	－	－	－	12.5
60歳代	9	5	3	1	－	－	－
	100	55.6	33.3	11.1	－	－	－
70歳以上	16	13	1	2	－	－	－
	100	81.3	6.3	12.5	－	－	－

合計人数

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人	16～20人	21～25人	26人以上
合計	33	－	24	4	1	2	－	2
	100	－	72.7	12.1	3	6.1	－	6.1
59歳以下	8	－	5	1	－	1	－	1
	100	－	62.5	12.5	－	12.5	－	12.5
60歳代	9	－	6	2	－	－	－	1
	100	－	66.7	22.2	－	－	－	11.1
70歳以上	16	－	13	1	1	1	－	－
	100	－	81.3	6.3	6.3	6.3	－	－

売上高

下段:%	合計	1千万円以下	3千万円以下	5千万円以下	1億円以下	5億円以下	5億円超
合計	30	15	8	–	2	4	1
	100	50	26.7	–	6.7	13.3	3.3
59歳以下	8	1	3	–	1	2	1
	100	12.5	37.5	–	12.5	25	12.5
60歳代	8	2	3	–	1	2	–
	100	25	37.5	–	12.5	25	–
70歳以上	14	12	2	–	–	–	–
	100	85.7	14.3	–	–	–	–

Q1.主たる業種

下段:%	合計	飲食料品	衣料品・日用雑貨等	その他
合計	33	10	11	12
	100	30.3	33.3	36.4
59歳以下	8	4	1	3
	100	50	12.5	37.5
60歳代	9	–	5	4
	100	–	55.6	44.4
70歳以上	16	6	5	5
	100	37.5	31.3	31.3

Q2.兼業の有無と兼業の内容

下段:%	合計	あり	なし
合計	30	10	20
	100	33.3	66.7
59歳以下	8	4	4
	100	50	50
60歳代	8	6	2
	100	75	25
70歳以上	14	–	14
	100	–	100

Q2.兼業の内容

下段:%	合計	飲食店	喫茶	卸売業	自動車関連業	ネット販売	その他
合計	10	–	–	–	2	1	8
	100	–	–	–	20	10	80
59歳以下	4	–	–	–	–	1	4
	100	–	–	–	–	25	100
60歳代	6	–	–	–	2	–	4
	100	–	–	–	33.3	–	66.7
70歳以上	–	–	–	–	–	–	–
	–	–	–	–	–	–	–

Q3.後継者の有無

下段:%	合計	後継者がいる(親族)	後継者がいる(親族以外)	後継者なし
合計	30	4	2	24
	100	13.3	6.7	80
59歳以下	6	–	2	4
	100	–	33.3	66.7
60歳代	9	2	–	7
	100	22.2	–	77.8
70歳以上	15	2	–	13
	100	13.3	–	86.7

Q3. （後継者あり）事業承継の予定時期

下段:%	合計	1年以内	3年以内	5年以内	特に決めていない
合計	4	–	–	1	3
	100	–	–	25	75
59歳以下	–	–	–	–	–
	–	–	–	–	–
60歳代	2	–	–	1	1
	100	–	–	50	50
70歳以上	2	–	–	–	2
	100	–	–	–	100

Q3.（後継者なし）今後の予定

下段:%	合計	事業承継者を探す	事業売却（M&A等）を検討	事業廃業	特に考えていない
合計	17	3	–	7	7
	100	17.6	–	41.2	41.2
59歳以下	3	–	–	1	2
	100	–	–	33.3	66.7
60歳代	4	1	–	1	2
	100	25	–	25	50
70歳以上	10	2	–	5	3
	100	20	–	50	30

Q4.役員

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	2	18	9	4
	100	6.1	54.5	27.3	12.1
59歳以下	8	2	3	3	–
	100	25	37.5	37.5	–
60歳代	9	–	3	4	2
	100	–	33.3	44.4	22.2
70歳以上	16	–	12	2	2
	100	–	75	12.5	12.5

Q4.事務員

下段:%	合計	0人	1人	2人以上
合計	33	24	8	1
	100	72.7	24.2	3
59歳以下	8	5	2	1
	100	62.5	25	12.5
60歳代	9	5	4	–
	100	55.6	44.4	–
70歳以上	16	14	2	–
	100	87.5	12.5	–

Q4.営業

下段:%	合計	0人	1人	2人以上
合計	33	27	5	1
	100	81.8	15.2	3
59歳以下	8	8	–	–
	100	100	–	–
60歳代	9	7	1	1
	100	77.8	11.1	11.1
70歳以上	16	12	4	–
	100	75	25	–

Q4.技術者

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	30	–	2	1
	100	90.9	–	6.1	3
59歳以下	8	6	–	1	1
	100	75	–	12.5	12.5
60歳代	9	8	–	1	–
	100	88.9	–	11.1	–
70歳以上	16	16	–	–	–
	100	100	–	–	–

Q4.一般

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人
合計	33	24	5	1	3
	100	72.7	15.2	3	9.1
59歳以下	8	3	3	–	2
	100	37.5	37.5	–	25
60歳代	9	8	1	–	–
	100	88.9	11.1	–	–
70歳以上	16	13	1	1	1
	100	81.3	6.3	6.3	6.3

Q4.～20代

下段:%	合計	0人	1人	2人以上
合計	33	28	3	2
	100	84.8	9.1	6.1
59歳以下	8	5	2	1
	100	62.5	25	12.5
60歳代	9	8	1	–
	100	88.9	11.1	–
70歳以上	16	15	–	1
	100	93.8	–	6.3

Q4.30代

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人以上
合計	33	26	3	3	1
	100	78.8	9.1	9.1	3
59歳以下	8	4	1	2	1
	100	50	12.5	25	12.5
60歳代	9	7	1	1	–
	100	77.8	11.1	11.1	–
70歳以上	16	15	1	–	–
	100	93.8	6.3	–	–

Q4.40代

下段:%	合計	0人	1人	2人	3人	4人以上
合計	33	25	4	2	–	2
	100	75.8	12.1	6.1	–	6.1
59歳以下	8	5	–	1	–	2
	100	62.5	–	12.5	–	25
60歳代	9	7	1	1	–	–
	100	77.8	11.1	11.1	–	–
70歳以上	16	13	3	–	–	–
	100	81.3	18.8	–	–	–

Q4.50代

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人
合計	33	19	13	1
	100	57.6	39.4	3
59歳以下	8	–	7	1
	100	–	87.5	12.5
60歳代	9	4	5	–
	100	44.4	55.6	–
70歳以上	16	15	1	–
	100	93.8	6.3	–

Q4.60代

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人
合計	33	19	13	1
	100	57.6	39.4	3
59歳以下	8	4	3	1
	100	50	37.5	12.5
60歳代	9	1	8	–
	100	11.1	88.9	–
70歳以上	16	14	2	–
	100	87.5	12.5	–

Q4.70代

下段:%	合計	0人	1～5人	6～10人	11～15人
合計	33	15	16	1	1
	100	45.5	48.5	3	3
59歳以下	8	7	1	–	–
	100	87.5	12.5	–	–
60歳代	9	8	1	–	–
	100	88.9	11.1	–	–
70歳以上	16	–	14	1	1
	100	–	87.5	6.3	6.3

Q5.立地環境

下段:%	合計	地域中心部	住宅地の中	幹線道路沿い	商店街またはその周辺	ショッピングセンターなどの共同店舗	観光名所の近く	その他
合計	33	10	6	6	4	–	–	7
	100	30.3	18.2	18.2	12.1	–	–	21.2
59歳以下	8	2	–	3	1	–	–	2
	100	25	–	37.5	12.5	–	–	25
60歳代	9	2	1	3	2	–	–	1
	100	22.2	11.1	33.3	22.2	–	–	11.1
70歳以上	16	6	5	–	1	–	–	4
	100	37.5	31.3	–	6.3	–	–	25

Q6..売上金額

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	32	5	5	22
	100	15.6	15.6	68.8
59歳以下	8	3	2	3
	100	37.5	25	37.5
60歳代	9	1	1	7
	100	11.1	11.1	77.8
70歳以上	15	1	2	12
	100	6.7	13.3	80

Q6.売上金額（増加を選択）

下段:%	合計	約1割増加	約2割増加	約3割増加	2倍以上伸びた
合計	3	2	1	–	–
	100	66.7	33.3	–	–
59歳以下	1	–	1	–	–
	100	–	100	–	–
60歳代	1	1	–	–	–
	100	100	–	–	–
70歳以上	1	1	–	–	–
	100	100	–	–	–

Q6.売上金額（減少を選択）

下段:%	合計	約1割減少	約2割減少	約3割減少	半分以下に減少
合計	19	8	4	4	3
	100	42.1	21.1	21.1	15.8
59歳以下	3	2	–	–	1
	100	66.7	–	–	33.3
60歳代	7	4	1	2	–
	100	57.1	14.3	28.6	–
70歳以上	9	2	3	2	2
	100	22.2	33.3	22.2	22.2

Q6.売上顧客単価

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	31	1	5	25
	100	3.2	16.1	80.6
59歳以下	8	1	–	7
	100	12.5	–	87.5
60歳代	8	–	2	6
	100	–	25	75
70歳以上	15	–	3	12
	100	–	20	80

Q6.売上顧客数量

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	31	4	1	26
	100	12.9	3.2	83.9
59歳以下	8	3	–	5
	100	37.5	–	62.5
60歳代	8	1	–	7
	100	12.5	–	87.5
70歳以上	15	–	1	14
	100	–	6.7	93.3

Q6.仕入単価

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	29	6	6	17
	100	20.7	20.7	58.6
59歳以下	8	4	1	3
	100	50	12.5	37.5
60歳代	8	1	2	5
	100	12.5	25	62.5
70歳以上	13	1	3	9
	100	7.7	23.1	69.2

Q6.採算

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	28	4	6	18
	100	14.3	21.4	64.3
59歳以下	8	2	3	3
	100	25	37.5	37.5
60歳代	8	1	2	5
	100	12.5	25	62.5
70歳以上	12	1	1	10
	100	8.3	8.3	83.3

Q6..従業員

下段:%	合計	増加	不変	減少
合計	22	2	14	6
	100	9.1	63.6	27.3
59歳以下	8	2	4	2
	100	25	50	25
60歳代	8	–	6	2
	100	–	75	25
70歳以上	6	–	4	2
	100	–	66.7	33.3

Q6..業況

下段:%	合計	良い	普通	悪い
合計	25	1	7	17
	100	4	28	68
59歳以下	8	–	4	4
	100	–	50	50
60歳代	8	1	1	6
	100	12.5	12.5	75
70歳以上	9	–	2	7
	100	–	22.2	77.8

Q7.昨年新規の設備投資状況

下段:%	合計	実施した	実施していない
合計	31	9	22
	100	29	71
59歳以下	8	4	4
	100	50	50
60歳代	9	4	5
	100	44.4	55.6
70歳以上	14	1	13
	100	7.1	92.9

Q7.実施した設備

下段:%	合計	備品等設備	店舗建物	付帯設備	車両運搬具	OA機器	土地	福利厚生施設	その他
合計	9	5	4	4	3	2	1	–	1
	100	55.6	44.4	44.4	33.3	22.2	11.1	–	11.1
59歳以下	4	2	2	2	1	1	1	–	1
	100	50	50	50	25	25	25	–	25
60歳代	4	2	2	2	1	1	–	–	–
	100	50	50	50	25	25	–	–	–
70歳以上	1	1	–	–	1	–	–	–	–
	100	100	–	–	100	–	–	–	–

Q8.直面している経営上の問題点（1位）

下段:%	合計	固定客の減少	景気や需要の低迷	大型店舗による競争の悪化	店舗や看板等の老朽化	新規客の減少	人件費の増加	従業員の確保難	新規参入業者の増加	新商品や顧客ニーズ情報の不足	仕入原価の上昇	仕入原価・人件費以外の経費増加	顧客単価の減少・上昇難	金利負担の増加	取引条件の悪化	事業資金の借入難
合計	29	16	5	3	2	1	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	55.2	17.2	10.3	6.9	3.4	3.4	3.4	–	–	–	–	–	–	–	–
59歳以下	8	4	2	–	1	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	50	25	–	12.5	–	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	8	6	–	1	–	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	75	–	12.5	–	–	–	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	13	6	3	2	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	46.2	23.1	15.4	7.7	7.7	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–

Q8.直面している経営上の問題点（2位）

下段:%	合計	新規客の減少	顧客単価の減少・上昇難	固定客の減少	大型店舗による競争の悪化	仕入原価の上昇	人件費の増加	従業員の確保難	広告等の販売促進不足	景気や需要の低迷	顧客への接客スキル不足	新規参入業者の増加	店舗や看板等の老朽化	新商品や顧客ニーズ情報の不足	仕入原価・人件費以外の経費増加	金利負担の増加
合計	28	9	8	4	1	1	1	1	1	1	1	–	–	–	–	–
	100	32.1	28.6	14.3	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	3.6	–	–	–	–	–
59歳以下	8	2	2	1	–	1	1	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	25	25	12.5	–	12.5	12.5	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	8	3	3	1	–	–	–	–	–	–	1	–	–	–	–	–
	100	37.5	37.5	12.5	–	–	–	–	–	–	12.5	–	–	–	–	–
70歳以上	12	4	3	2	1	–	–	–	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	33.3	25	16.7	8.3	–	–	–	8.3	8.3	–	–	–	–	–	–

Q8.直面している経営上の問題点（3位）

下段:%	合計	新規客の減少	店舗や看板等の老朽化	顧客単価の減少・上昇難	景気や需要の低迷	大型店舗による競争の悪化	固定客の減少	顧客への接客スキル不足	仕入原価・人件費以外の経費増加	従業員の確保難	新規参入業者の増加	新商品や顧客ニーズ情報の不足	仕入原価の上昇	人件費の増加	金利負担の増加	取引条件の悪化
合計	26	5	4	4	4	2	2	2	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	19.2	15.4	15.4	15.4	7.7	7.7	7.7	3.8	3.8	–	–	–	–	–	–
59歳以下	8	–	1	4	1	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	–	12.5	50	12.5	–	–	12.5	–	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	6	2	1	–	1	1	–	–	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	33.3	16.7	–	16.7	16.7	–	–	16.7	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	12	3	2	–	2	1	2	1	–	1	–	–	–	–	–	–
	100	25	16.7	–	16.7	8.3	16.7	8.3	–	8.3	–	–	–	–	–	–

Q9.客層の年代(1位)

下段:%	合計	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
合計	32	–	1	1	2	10	18
	100	–	3.1	3.1	6.3	31.3	56.3
59歳以下	8	–	–	1	1	3	3
	100	–	–	12.5	12.5	37.5	37.5
60歳代	8	–	–	–	1	4	3
	100	–	–	–	12.5	50	37.5
70歳以上	16	–	1	–	–	3	12
	100	–	6.3	–	–	18.8	75

Q9.客層の年代(2位)

下段:%	合計	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
合計	30	–	1	1	7	16	5
	100	–	3.3	3.3	23.3	53.3	16.7
59歳以下	8	–	–	–	5	3	–
	100	–	–	–	62.5	37.5	–
60歳代	8	–	–	–	2	4	2
	100	–	–	–	25	50	25
70歳以上	14	–	1	1	–	9	3
	100	–	7.1	7.1	–	64.3	21.4

Q9.客層の年代(3位)

下段:%	合計	～20代	30代	40代	50代	60代	70代～
合計	29	–	2	8	15	3	1
	100	–	6.9	27.6	51.7	10.3	3.4
59歳以下	8	–	1	2	2	2	1
	100	–	12.5	25	25	25	12.5
60歳代	7	–	1	4	2	–	–
	100	–	14.3	57.1	28.6	–	–
70歳以上	14	–	–	2	11	1	–
	100	–	–	14.3	78.6	7.1	–

Q9.来店手段(1位)

下段:%	合計	自家用車	徒歩	自転車	送迎車	電車＆バス	タクシー
合計	30	23	7	–	–	–	–
	100	76.7	23.3	–	–	–	–
59歳以下	7	7	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–
60歳代	7	6	1	–	–	–	–
	100	85.7	14.3	–	–	–	–
70歳以上	16	10	6	–	–	–	–
	100	62.5	37.5	–	–	–	–

Q9.来店手段(2位)

下段:%	合計	自転車	徒歩	自家用車	電車＆バス	送迎車	タクシー
合計	25	12	6	4	3	–	–
	100	48	24	16	12	–	–
59歳以下	7	2	2	1	2	–	–
	100	28.6	28.6	14.3	28.6	–	–
60歳代	6	4	1	1	–	–	–
	100	66.7	16.7	16.7	–	–	–
70歳以上	12	6	3	2	1	–	–
	100	50	25	16.7	8.3	–	–

Q9.来店手段(3位)

下段:%	合計	徒歩	自転車	自家用車	電車＆バス	タクシー	送迎車
合計	21	11	4	2	2	2	–
	100	52.4	19	9.5	9.5	9.5	–
59歳以下	6	4	2	–	–	–	–
	100	66.7	33.3	–	–	–	–
60歳代	4	4	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–
70歳以上	11	3	2	2	2	2	–
	100	27.3	18.2	18.2	18.2	18.2	–

Q9.利用頻度（1位）

下段:%	合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度
合計	28	2	11	3	2	4	6
	100	7.1	39.3	10.7	7.1	14.3	21.4
59歳以下	8	1	3	2	1	1	–
	100	12.5	37.5	25	12.5	12.5	–
60歳代	7	–	3	1	–	1	2
	100	–	42.9	14.3	–	14.3	28.6
70歳以上	13	1	5	–	1	2	4
	100	7.7	38.5	–	7.7	15.4	30.8

Q9.利用頻度（2位）

下段:%	合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度
合計	24	2	3	6	5	6	2
	100	8.3	12.5	25	20.8	25	8.3
59歳以下	8	2	2	1	1	1	1
	100	25	25	12.5	12.5	12.5	12.5
60歳代	7	–	–	2	3	2	–
	100	–	–	28.6	42.9	28.6	–
70歳以上	9	–	1	3	1	3	1
	100	–	11.1	33.3	11.1	33.3	11.1

Q9.利用頻度（3位）

下段:%	合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	週に1回程度	月に2～3回程度	月に1回程度	年に数回程度
合計	22	2	1	5	8	4	2
	100	9.1	4.5	22.7	36.4	18.2	9.1
59歳以下	8	–	1	2	2	2	1
	100	–	12.5	25	25	25	12.5
60歳代	6	2	–	1	2	1	–
	100	33.3	–	16.7	33.3	16.7	–
70歳以上	8	–	–	2	4	1	1
	100	–	–	25	50	12.5	12.5

Q9.顧客になったきっかけ（1位）

下段:%	合計	地域内常連	インターネット	地域外常連	通りすがり	御用聞き等の個別	チラシ広告	DM（ダイレクトメール）	商品券	情報誌の発行	イベント	その他
合計	31	26	2	1	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	83.9	6.5	3.2	3.2	3.2	–	–	–	–	–	–
59歳以下	8	6	1	–	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	75	12.5	–	12.5	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	7	7	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	16	13	1	1	–	1	–	–	–	–	–	–
	100	81.3	6.3	6.3	–	6.3	–	–	–	–	–	–

Q9.顧客になったきっかけ（2位）

下段:%	合計	地域外常連	通りすがり	チラシ広告	地域内常連	イベント	御用聞き等の個別	インターネット	DM（ダイレクトメール）	商品券	情報誌の発行	その他
合計	25	14	5	2	1	1	1	–	–	–	–	1
	100	56	20	8	4	4	4	–	–	–	–	4
59歳以下	7	3	1	2	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	42.9	14.3	28.6	14.3	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	5	4	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	80	20	–	–	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	13	7	3	–	–	1	1	–	–	–	–	1
	100	53.8	23.1	–	–	7.7	7.7	–	–	–	–	7.7

Q9.顧客になったきっかけ（3位）

下段:%	合計	通りすがり	地域外常連	御用聞き等の個別	イベント	地域内常連	チラシ広告	インターネット	DM（ダイレクトメール）	商品券	情報誌の発行	その他
合計	19	8	4	3	1	–	–	–	–	–	–	3
	100	42.1	21.1	15.8	5.3	–	–	–	–	–	–	15.8
59歳以下	6	2	2	1	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	33.3	33.3	16.7	16.7	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	3	2	1	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	66.7	33.3	–	–	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	10	4	1	2	–	–	–	–	–	–	–	3
	100	40	10	20	–	–	–	–	–	–	–	30

Q9.顧客の居住地（1位）

下段:%	合計	町内	近隣市町	県外	山口市内	県内（近隣市町以外）	海外
合計	32	28	3	1	–	–	–
	100	87.5	9.4	3.1	–	–	–
59歳以下	8	7	–	1	–	–	–
	100	87.5	–	12.5	–	–	–
60歳代	8	8	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–
70歳以上	16	13	3	–	–	–	–
	100	81.3	18.8	–	–	–	–

Q9.顧客の居住地（2位）

下段:%	合計	山口市内	近隣市町	町内	県内（近隣市町以外）	県外	海外
合計	25	19	4	1	1	–	–
	100	76	16	4	4	–	–
59歳以下	8	7	–	–	1	–	–
	100	87.5	–	–	12.5	–	–
60歳代	6	4	2	–	–	–	–
	100	66.7	33.3	–	–	–	–
70歳以上	11	8	2	1	–	–	–
	100	72.7	18.2	9.1	–	–	–

Q9.顧客の居住地（3位）

下段:%	合計	近隣市町	県内（近隣市町以外）	山口市内	海外	町内	県外
合計	21	15	3	2	1	–	–
	100	71.4	14.3	9.5	4.8	–	–
59歳以下	7	6	–	–	1	–	–
	100	85.7	–	–	14.3	–	–
60歳代	5	3	–	2	–	–	–
	100	60	–	40	–	–	–
70歳以上	9	6	3	–	–	–	–
	100	66.7	33.3	–	–	–	–

Q9.消費税転嫁

下段:%	合計	出来ている	出来ていない
合計	23	18	5
	100	78.3	21.7
59歳以下	7	7	–
	100	100	–
60歳代	7	4	3
	100	57.1	42.9
70歳以上	9	7	2
	100	77.8	22.2

Q9.顧客の志向

下段:%	合計	自分のライフスタイルにこだわって商品を選ぶ	とにかく安くて経済的なものを買う	多少値段が高くても品質の良いものを買う
合計	28	12	11	5
	100	42.9	39.3	17.9
59歳以下	8	2	6	–
	100	25	75	–
60歳代	7	3	2	2
	100	42.9	28.6	28.6
70歳以上	13	7	3	3
	100	53.8	23.1	23.1

Q9.顧客の個別情報の管理

下段:%	合計	コンピュータは使っていない	POSを導入している	レジの記録を手作業で管理している	コンピュータに顧客台帳を登録している
合計	30	16	6	5	3
	100	53.3	20	16.7	10
59歳以下	8	3	4	–	1
	100	37.5	50	–	12.5
60歳代	8	5	2	1	–
	100	62.5	25	12.5	–
70歳以上	14	8	–	4	2
	100	57.1	–	28.6	14.3

Q9.コンピュータを使わないで顧客管理の方法

下段:%	合計	何も管理していない	一覧式名簿で管理している	売掛帳で兼用している	顧客別に台帳を作って記録している	その他	発行した保証書を利用している	会員カードで管理している
合計	19	6	5	5	2	1	–	–
	100	31.6	26.3	26.3	10.5	5.3	–	–
59歳以下	3	2	–	–	–	1	–	–
	100	66.7	–	–	–	33.3	–	–
60歳代	5	1	1	3	–	–	–	–
	100	20	20	60	–	–	–	–
70歳以上	11	3	4	2	2	–	–	–
	100	27.3	36.4	18.2	18.2	–	–	–

Q10.仕入れ商品の選択基準

下段:%	合計	顧客の全般的なニーズ	常連客の個別ニーズ	商品の素材や品質	商品の価格	ブランド	競合店が扱っていない商品	商品の感性やセンス	包装のデザイン	ファッション性または新商品	その他
合計	27	19	14	14	13	5	3	2	1	–	1
	100	70.4	51.9	51.9	48.1	18.5	11.1	7.4	3.7	–	3.7
59歳以下	8	8	2	3	4	2	–	–	1	–	–
	100	100	25	37.5	50	25	–	–	12.5	–	–
60歳代	7	5	7	5	3	–	–	1	–	–	–
	100	71.4	100	71.4	42.9	–	–	14.3	–	–	–
70歳以上	12	6	5	6	6	3	3	1	–	–	1
	100	50	41.7	50	50	25	25	8.3	–	–	8.3

Q11.在庫入替について

下段:%	合計	している	したことがない	商品の性格上出来ない	したいが仕入先が不承知	仕入先の預かり在庫なので必要がない	その他
合計	30	10	8	8	3	1	–
	100	33.3	26.7	26.7	10	3.3	–
59歳以下	8	3	2	1	1	1	–
	100	37.5	25	12.5	12.5	12.5	–
60歳代	7	1	3	2	1	–	–
	100	14.3	42.9	28.6	14.3	–	–
70歳以上	15	6	3	5	1	–	–
	100	40	20	33.3	6.7	–	–

Q12.好まれる店とは（1位）

下段:%	合計	品揃えが豊富なお店	品質が良いお店	値段が安いお店	店の雰囲気や接客態度が良い	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	細かい要望に応えてくれる	駐車場や駐輪場が整備されてる	様々なものをまとめて購入できる	セール等のイベントが多く活気があるお店	その他
合計	30	10	7	4	4	2	2	1	–	–	–
	100	33.3	23.3	13.3	13.3	6.7	6.7	3.3	–	–	–
59歳以下	8	2	–	1	3	–	2	–	–	–	–
	100	25	–	12.5	37.5	–	25	–	–	–	–
60歳代	7	3	2	1	1	–	–	–	–	–	–
	100	42.9	28.6	14.3	14.3	–	–	–	–	–	–
70歳以上	15	5	5	2	–	2	–	1	–	–	–
	100	33.3	33.3	13.3	–	13.3	–	6.7	–	–	–

Q12.好まれる店とは（2位）

下段:%	合計	品質が良いお店	店の雰囲気や接客態度が良い	品揃えが豊富なお店	細かい要望に応えてくれる	値段が安いお店	様々なものをまとめて購入できる	駐車場や駐輪場が整備されてる	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	セール等のイベントが多く活気があるお店	その他
合計	28	7	6	5	5	2	1	1	1	–	–
	100	25	21.4	17.9	17.9	7.1	3.6	3.6	3.6	–	–
59歳以下	8	3	–	2	1	1	–	–	1	–	–
	100	37.5	–	25	12.5	12.5	–	–	12.5	–	–
60歳代	7	1	2	1	2	–	1	–	–	–	–
	100	14.3	28.6	14.3	28.6	–	14.3	–	–	–	–
70歳以上	13	3	4	2	2	1	–	1	–	–	–
	100	23.1	30.8	15.4	15.4	7.7	–	7.7	–	–	–

Q12.好まれる店とは（3位）

下段:%	合計	細かい要望に応えてくれる	値段が安いお店	店の雰囲気や接客態度が良い	品質が良いお店	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	様々なものをまとめて購入できる	駐車場や駐輪場が整備されてる	品揃えが豊富なお店	セール等のイベントが多く活気があるお店	その他
合計	28	8	6	4	3	3	2	2	–	–	–
	100	28.6	21.4	14.3	10.7	10.7	7.1	7.1	–	–	–
59歳以下	8	2	3	3	–	–	–	–	–	–	–
	100	25	37.5	37.5	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	7	2	1	–	–	3	–	1	–	–	–
	100	28.6	14.3	–	–	42.9	–	14.3	–	–	–
70歳以上	13	4	2	1	3	–	2	1	–	–	–
	100	30.8	15.4	7.7	23.1	–	15.4	7.7	–	–	–

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（1位）

下段:%	合計	自宅から近い	顔なじみである	品質が良い	値段が安い	他に利用可能な店舗がない	細かい要望に応えてくれる	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	店の雰囲気や接客態度がよい	駐車場がある	交通の便が良い	品揃えが豊富である	その他
合計	29	10	8	5	2	2	2	–	–	–	–	–	–
	100	34.5	27.6	17.2	6.9	6.9	6.9	–	–	–	–	–	–
59歳以下	8	2	3	1	2	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	25	37.5	12.5	25	–	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	7	2	2	–	–	1	2	–	–	–	–	–	–
	100	28.6	28.6	–	–	14.3	28.6	–	–	–	–	–	–
70歳以上	14	6	3	4	–	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	42.9	21.4	28.6	–	7.1	–	–	–	–	–	–	–

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（2位）

下段:%	合計	顔なじみである	細かい要望に応えてくれる	自宅から近い	値段が安い	他に利用可能な店舗がない	店の雰囲気や接客態度がよい	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	駐車場がある	品質が良い	交通の便が良い	品揃えが豊富である	その他
合計	28	8	6	4	3	3	2	1	1	–	–	–	–
	100	28.6	21.4	14.3	10.7	10.7	7.1	3.6	3.6	–	–	–	–
59歳以下	8	1	1	1	1	2	1	–	1	–	–	–	–
	100	12.5	12.5	12.5	12.5	25	12.5	–	12.5	–	–	–	–
60歳代	7	2	1	2	–	1	–	1	–	–	–	–	–
	100	28.6	14.3	28.6	–	14.3	–	14.3	–	–	–	–	–
70歳以上	13	5	4	1	2	–	1	–	–	–	–	–	–
	100	38.5	30.8	7.7	15.4	–	7.7	–	–	–	–	–	–

Q13.顧客が買物をしてくれる理由（3位）

下段:%	合計	自宅から近い	他に利用可能な店舗がない	顔なじみである	駐車場がある	商品や組み合わせなどの提案をしてくれる	店の雰囲気や接客態度がよい	値段が安い	品質が良い	細かい要望に応えてくれる	交通の便が良い	品揃えが豊富である	その他
合計	27	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	–	1
	100	14.8	14.8	14.8	14.8	11.1	11.1	3.7	3.7	3.7	3.7	–	3.7
59歳以下	8	1	2	1	–	–	2	–	1	–	1	–	–
	100	12.5	25	12.5	–	–	25	–	12.5	–	12.5	–	–
60歳代	7	1	1	2	1	1	–	–	–	1	–	–	–
	100	14.3	14.3	28.6	14.3	14.3	–	–	–	14.3	–	–	–
70歳以上	12	2	1	1	3	2	1	1	–	–	–	–	1
	100	16.7	8.3	8.3	25	16.7	8.3	8.3	–	–	–	–	8.3

Q14.今後の方針（1位）

下段:%	合計	現状を維持しながら効率化を図る	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	魅力ある商品を増やし専門性を高める	経費を徹底的に見直し削減努力をする	将来的には廃業も考えている	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	広告宣伝や広告活動を強化する	経営を縮小し採算を合していく	その他
合計	29	16	4	3	2	2	1	1	–	–	–
	100	55.2	13.8	10.3	6.9	6.9	3.4	3.4	–	–	–
59歳以下	8	4	1	1	–	–	1	1	–	–	–
	100	50	12.5	12.5	–	–	12.5	12.5	–	–	–
60歳代	7	5	1	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	71.4	14.3	14.3	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	14	7	2	1	2	2	–	–	–	–	–
	100	50	14.3	7.1	14.3	14.3	–	–	–	–	–

Q14.今後の方針（2位）

下段:%	合計	経営を縮小し採算を合していく	現状を維持しながら効率化を図る	経費を徹底的に見直し削減努力をする	魅力ある商品を増やし専門性を高める	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	広告宣伝や広告活動を強化する	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	将来的には廃業も考えている	その他
合計	27	7	5	4	3	2	2	2	1	1	–
	100	25.9	18.5	14.8	11.1	7.4	7.4	7.4	3.7	3.7	–
59歳以下	8	1	2	1	–	–	1	2	1	–	–
	100	12.5	25	12.5	–	–	12.5	25	12.5	–	–
60歳代	7	–	2	2	1	1	–	–	–	1	–
	100	–	28.6	28.6	14.3	14.3	–	–	–	14.3	–
70歳以上	12	6	1	1	2	1	1	–	–	–	–
	100	50	8.3	8.3	16.7	8.3	8.3	–	–	–	–

Q14.今後の方針（3位）

下段:%	合計	将来的には廃業も考えている	経費を徹底的に見直し削減努力をする	魅力ある商品を増やし専門性を高める	現状を維持しながら効率化を図る	陳列方法やディスプレイ、POP等の改善	経営を縮小し採算を合していく	外販（移動や出張販売）活動を取り入れる	店舗改装や看板、売り場等のリニューアル	広告宣伝や広告活動を強化する	その他
合計	25	11	5	3	3	2	1	–	–	–	–
	100	44	20	12	12	8	4	–	–	–	–
59歳以下	8	2	3	2	–	1	–	–	–	–	–
	100	25	37.5	25	–	12.5	–	–	–	–	–
60歳代	6	3	1	–	1	1	–	–	–	–	–
	100	50	16.7	–	16.7	16.7	–	–	–	–	–
70歳以上	11	6	1	1	2	–	1	–	–	–	–
	100	54.5	9.1	9.1	18.2	–	9.1	–	–	–	–

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（1位）

下段:%	合計	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	従業員の確保と人材育成強化	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	資金繰り計画や新たな金融支援	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	その他
合計	23	10	5	4	2	1	1	–	–	–	–
	100	43.5	21.7	17.4	8.7	4.3	4.3	–	–	–	–
59歳以下	8	4	–	1	1	1	1	–	–	–	–
	100	50	–	12.5	12.5	12.5	12.5	–	–	–	–
60歳代	5	4	–	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	80	–	20	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	10	2	5	2	1	–	–	–	–	–	–
	100	20	50	20	10	–	–	–	–	–	–

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（2位）

下段:%	合計	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	従業員の確保と人材育成強化	資金繰り計画や新たな金融支援	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	その他
合計	16	5	5	2	2	1	1	–	–	–	–
合計	100	31.3	31.3	12.5	12.5	6.3	6.3	–	–	–	–
59歳以下	8	2	1	2	1	1	1	–	–	–	–
59歳以下	100	25	12.5	25	12.5	12.5	12.5	–	–	–	–
60歳代	3	1	2	–	–	–	–	–	–	–	–
60歳代	100	33.3	66.7	–	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	5	2	2	–	1	–	–	–	–	–	–
70歳以上	100	40	40	–	20	–	–	–	–	–	–

Q15.今後の方針を達成するために必要なもの（3位）

下段:%	合計	従業員の確保と人材育成強化	スキル（知識や技術、情報等）を向上するための勉強会やセミナーへの参加	将来を見据えた【縮小や廃業のための】経営計画書策定	自社知名度向上につなげるITスキル習得を含めたホームページ開設またはリニューアル	現状を把握し、将来への展望や効率化を分析するための自社経営分析	将来を見据えた【業績UPのための】経営計画書策定	販路開拓につなげるための補助金活用計画書の策定	資金繰り計画や新たな金融支援	国や県の認定による自己革新計画（経営革新等計画）の策定	その他
合計	13	5	4	2	1	–	–	–	–	–	1
	100	38.5	30.8	15.4	7.7	–	–	–	–	–	7.7
59歳以下	8	1	4	1	1	–	–	–	–	–	1
	100	12.5	50	12.5	12.5	–	–	–	–	–	12.5
60歳代	2	2	–	–	–	–	–	–	–	–	–
	100	100	–	–	–	–	–	–	–	–	–
70歳以上	3	2	–	1	–	–	–	–	–	–	–
	100	66.7	–	33.3	–	–	–	–	–	–	–