

経営発達支援計画

2023 年度(令和 5 年度)

# 地域内景況感調査報告書

第一回調査(売上傾向編)

令和 5 年 8 月

笠置町商工会

# 目次

---

第1章 調査概要 .....	p2
1.1 アンケート調査の目的	
1.2 アンケート調査の概要	
1.3 アンケート調査の項目	
第2章 調査集計結果 .....	p3～p7
2.1 昨年と比べた「売上」の傾向について	
2.2 昨年と比べた「販売単価」の傾向について	
2.3 昨年と比べた「販売数」の傾向について	
2.4 昨年と比べた「既存顧客」の傾向について	
2.5 昨年と比べた「新規顧客」の傾向について	
2.6 今後の売上拡大に向けての優先順位(単価・数)について	
2.7 今後の売上拡大に向けての優先順位(顧客層)について	
2.8 今後の売上拡大に向けての営業戦略について	
第3章 調査結果のまとめ .....	p8
3.1 調査結果のまとめ	
第4章 資料 .....	p9～p10
4.1 アンケート調査票	

# 第1章 調査概要

---

## 1.1 アンケート調査の目的

このアンケート調査は、笠置町商工会が取り組む令和5年度の経営発達支援計画において、地域内の小規模事業者等の経営状況が、どのように変化したかの景況感の実態を把握するためのものであり、地域の経済動向を調査することを目的として実施するものである。なお、今年度内に4回に分けて実施する計画のうち、今回の第一回は「売上の傾向」に焦点を絞り実施するものである。

## 1.2 アンケート調査の概要

- ・ 調査対象 笠置町商工会全会員 76 者
- ・ 調査方法 郵送・持参による調査依頼、Web 及び FAX・訪問等による調査回収
- ・ 回収標本数 21 件（回収率 27.6%）

## 1.3 アンケート調査の項目

- ・ 昨年(令和4年)と比べて「売上」はどのような傾向にあるか
- ・ 昨年と比べて「販売単価」はどのような傾向にあるか
- ・ 昨年と比べて「販売数」はどのような傾向にあるか
- ・ 昨年と比べて「既存顧客からの受注」はどのような傾向にあるか
- ・ 昨年と比べて「新規顧客からの受注」はどのような傾向にあるか
- ・ 今後、売上拡大を図るために、「販売単価のアップ」か「販売数の増加」のどちらを優先すべきか
- ・ 今後、売上拡大を図るために、「既存顧客のリピート促進」か「新規顧客の獲得」のどちらを優先すべきか
- ・ 今後、売上拡大を図るために、狙う「顧客層」と「商品・サービス」はどの方向性が適切だと考えるか

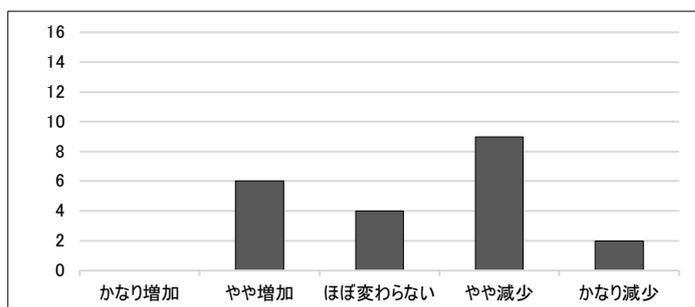
## 第2章 調査集計結果

### 2.1 昨年と比べた「売上」の傾向について

質問:昨年(令和4年)と比べて「売上」はどのような傾向にありますか？

回答:21者

	かなり増加	やや増加	ほぼ変わらない	やや減少	かなり減少
売上の傾向	0	6	4	9	2



今回の地域経済動向(景況感)のアンケート調査では、昨年(令和4年)と比べた「売上」について、どのような傾向にあるかを問うた。

その結果、今年(令和5年)の「売上」は、昨年と比べて、「かなり増加」が0者、「やや増加」が6者、「ほぼ変わらない」が4者、「やや減少」が9者、「かなり減少」が2者となり、増加した事業者数より、減少した事業者数が上回った。

感染症拡大の影響が大きく表れた3年前などと比べると、回復傾向にあるものと思われるが、第5類感染症となった今年5月8日以降の影響もまだ見えてこない状況にあると考えられる。

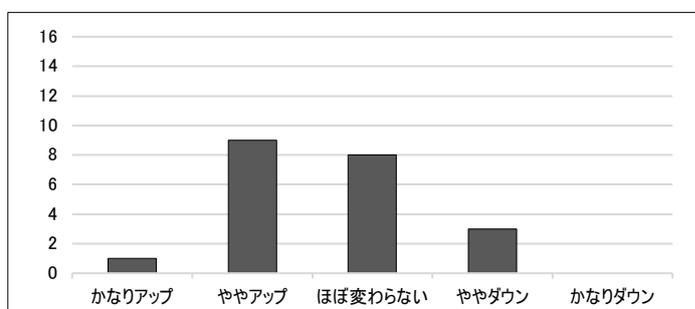
感染症拡大の影響が大きく表れた3年前などと比べると、回復傾向にあるものと思われるが、第5類感染症となった今年5月8日以降の影響もまだ見えてこない状況にあると考えられる。

### 2.2 昨年と比べた「販売単価」の傾向について

質問:昨年(令和4年)と比べて「販売単価」はどのような傾向にありますか？

回答:21者

	かなりアップ	ややアップ	ほぼ変わらない	ややダウン	かなりダウン
販売単価の傾向	1	9	8	3	0



次に、昨年(令和4年)と比べた「販売単価」について、どのような傾向にあるかを問うた。

その結果、今年(令和5年)の「販売単価」は、昨年と比べて、「かなりアップ」が1者、「ややアップ」が9者、「ほぼ変わらない」が8者、「ややダウン」が3者、「かなりダウン」が0者となり、ダウンした事業者数より、アップした事業者数が上回った。

物価高騰や原油価格高騰等により、仕入原価や販管費等のコスト負担が増している中、それらを容易に価格転嫁できるものではないが、最低限の販売価格(単価)のアップが図れている様子が見えてくる。

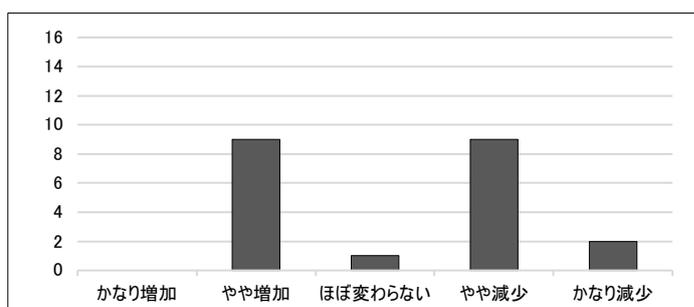
一方で、「ほぼ変わらない」と回答している事業者も一定数あり、「ややダウン」もあるため、適切な価格転嫁等による販売単価の設定が求められる。

## 2.3 昨年と比べた「販売数」の傾向について

質問:昨年(令和4年)と比べて「販売数」はどのような傾向にありますか？

回答:21者

	かなり増加	やや増加	ほぼ変わらない	やや減少	かなり減少
販売数の傾向	0	9	1	9	2



続いて、昨年(令和4年)と比べた「販売数」について、どのような傾向にあるかを問うた。

その結果、今年(令和5年)の「販売単価」は、昨年と比べて、「かなり増加」が0者、「やや増加」が9者、「ほぼ変わらない」が1者、「やや減少」が9者、「かなり減少」が2者となり、増加した事

業者数より、減少した事業者数がやや上回った。

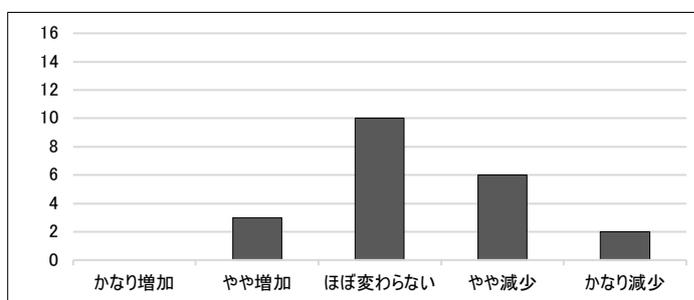
売上は、「単価×販売数」であることは言うまでもないが、先の「販売単価」がややアップ傾向にあるものの、「販売数」が伸び悩んでいる状況が少し伺える。当然ながら個々の事業者ごとに異なる内外環境の中で、一律に同じ傾向が表れるものではないが、売上拡大を図るためには、販売数の増加は欠かせないだろう。

## 2.4 昨年と比べた「既存顧客」の傾向について

質問:昨年(令和4年)と比べて「既存顧客(過去に一度でも取引のあった顧客)からの受注」はどのような傾向にありますか？

回答:21者

	かなり増加	やや増加	ほぼ変わらない	やや減少	かなり減少
既存顧客の傾向	0	3	10	6	2



続いて、昨年(令和4年)と比べ、過去に一度でも取引のあった「既存顧客」からの受注について、どのような傾向にあるかを問うた。

その結果、今年(令和5年)の「既存顧客からの受注」は、昨年と比べて、「かなり増加」が0者、「やや増加」が3者、「ほぼ変わらない」が10者、「やや減少」

が6者、「かなり減少」が2者となり、「ほぼ変わらない」が最も多かったものの、増加した事業者数より、減少した事業者数が上回った。

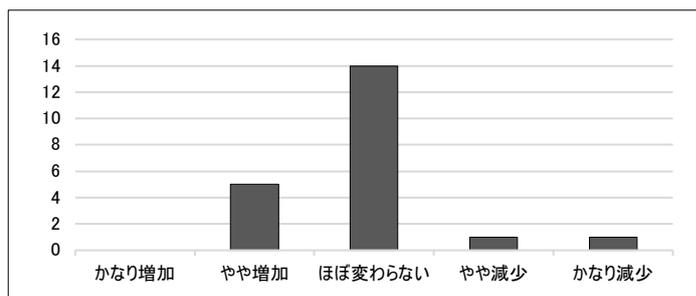
既存顧客からの受注は「ほぼ変わらない」という回答が多い中、「やや減少」や「かなり減少」が少し目立っている。ここでも、事業者ごとに異なる顧客層を持つ中で、一律に同じ傾向が表れるものではないが、一般論として、既存顧客からの繰り返しの受注が、安定した売上確保に繋がると言われていることから、事業者ごとに注視すべき課題といえる。

## 2.5 昨年と比べた「新規顧客」の傾向について

質問:昨年(令和4年)と比べて「新規顧客(過去に一度も取引のなかった顧客)からの受注」はどのような傾向にありますか?

回答:21者

	かなり増加	やや増加	ほぼ変わらない	やや減少	かなり減少
新規顧客の傾向	0	5	14	1	1



続いて、昨年(令和4年)と比べ、過去に一度も取引のなかった「新規顧客」からの受注について、どのような傾向にあるかを問うた。

その結果、今年(令和5年)の「新規顧客からの受注」は、昨年と比べて、「かなり増加」が0者、「やや増加」が5者、「ほぼ変わらない」が14者、「やや減少」

が1者、「かなり減少」が1者となり、減少した事業者数より、増加した事業者数が上回ったが、「ほぼ変わらない」が突出した。

既存顧客と同様に、新規顧客からの受注も「ほぼ変わらない」という回答が多い中、「やや増加」と回答する事業者が一定数ある。ここでも、事業者ごとに異なる顧客層を持つ中で、一律に同じ傾向が表れるものではないが、一般論として、既存顧客からの繰り返しの受注より、新規顧客の初受注(獲得)のほうがはるかに高コストになるといわれている中、新規獲得活動が図れている事業者も一定数あることがうかがえる。

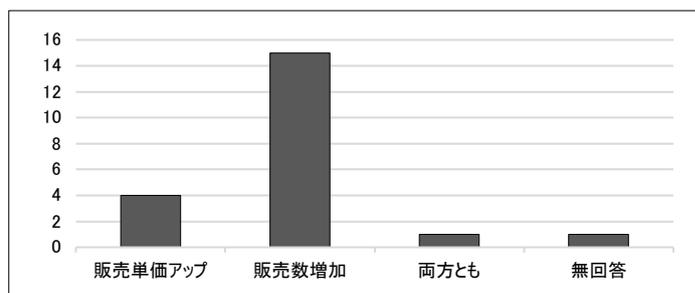
## 2.6 今後の売上拡大に向けての優先順位(単価・数)について

質問:今後、売上拡大を図るために、次のどちらを優先すべきとお考えですか?

販売単価のアップ	販売数の増加
----------	--------

回答:21者

	販売単価アップ	販売数増加	両方とも	無回答
売上拡大の方向性	4	15	1	1



次に、今後の売上拡大に向けての優先順位(単価・数)について、どちらを優先すべきかを問うた。

その結果、「販売単価アップ」が4者、「販売数増加」が15者となり、圧倒的に数を優先する傾向が表れた。一方で、どちらも優先するという事業者も1者あった。

先の質問で、「販売単価」の傾向を問うた中で、販売単価がダウンした事業者数より、アップした事業者数が上回っていたこと、また、「販売数」の傾向を問うた中では、販売数が伸び悩んでいる状況が少し見えたことから、本質問では、多くの事業者が販売数を伸ばす必要性を感じていることがうかがえる。

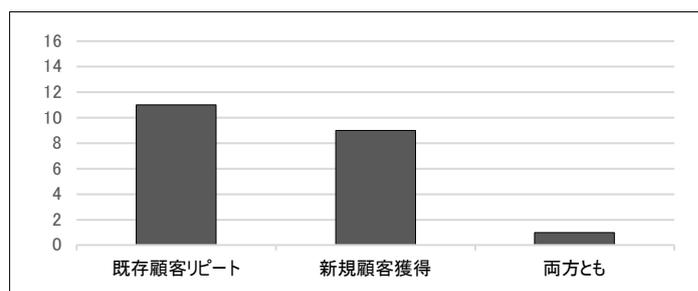
## 2.7 今後の売上拡大に向けての優先順位(顧客層)について

質問: 今後、売上拡大を図るために、次のどちらを優先すべきとお考えですか？

既存顧客のリピート促進	新規顧客の獲得
-------------	---------

回答: 21 者

	既存顧客 リピート	新規顧客 獲得	両方とも
売上拡大の方向性	11	9	1



続いて、今後の売上拡大に向けての優先順位(顧客層)について、どちらを優先すべきかを問うた。

その結果、「既存顧客のリピート促進」が 11 者、「新規顧客の獲得」が 9 者となり、票が割れる結果が表れた。また、ここでもどちらも優先するという事業者も 1 者あった。

繰り返しにはなるが、一般論として、既存顧客からのリピート受注より、新規顧客の獲得のほうがはるかに高コストだといわれているが、個々の事業者によって当然ながら立ち位置の違い等があるため、どちらに重きを置くか、また、それぞれの手法も異なることなども踏まえて、適切な販促活動を模索する必要があるだろう。

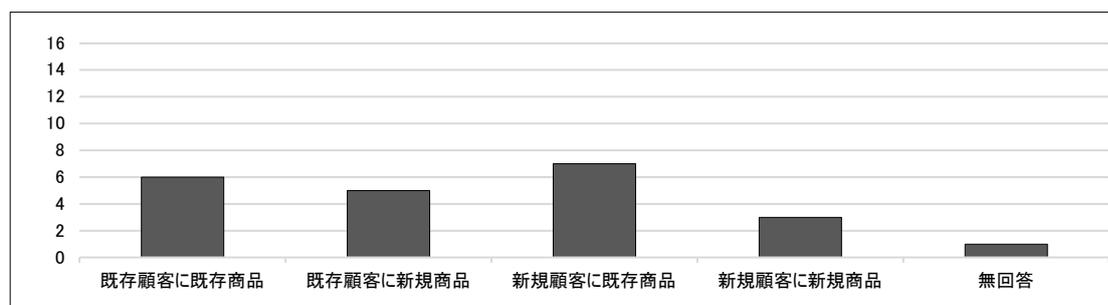
## 2.8 今後の売上拡大に向けての営業戦略について

質問: 今後、売上拡大を図るために、どの方向性が適切だとお考えですか？

既存顧客に既存の商品・サービスを浸透させる戦略	既存顧客に新たな商品・サービスを提供する戦略	新規顧客に既存の商品・サービスを広げる戦略	新規顧客に新たな商品・サービスを提供する戦略
-------------------------	------------------------	-----------------------	------------------------

回答: 21 者(複数回答あり)

	既存顧客に 既存商品	既存顧客に 新規商品	新規顧客に 既存商品	新規顧客に 新規商品	無回答
今後の営業戦略	6	5	7	3	1

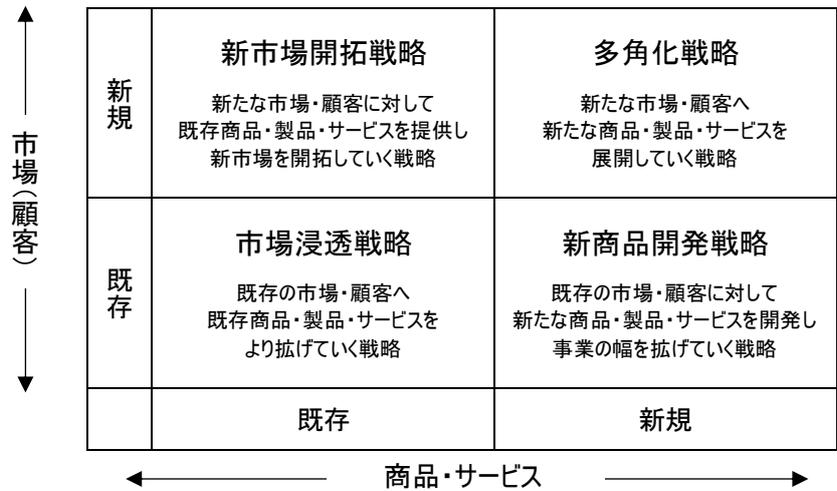


最後に、今後の売上拡大に向けての営業戦略について、どれを優先すべきかを問うた。その結果、「既存顧客に既存の商品・サービスを浸透させる戦略」が 6 者、「既存顧客に新たな商品を提供する戦略」が 5 者、「新規顧客に既存の商品・サービスを広げる戦略」が 7 者、「新規顧客に新たな商品・サービスを提供する戦略」が 3 者となった。

営業戦略について、改めて、一般的に事業の営業戦略は次の図のように4つに区分されるといわれている。縦軸に「市場(顧客)軸」を、横軸に「商品・サービス軸」を設定し、それぞれに「新規」か「既存」かに分類する。すると、4つの枠の戦略がみえてくる。

あくまで一般論ではあるが、当会会員事業者のような中小企業や小規模事業者は、「市場浸透戦略」(※左下)で、日々の売上を確保・拡大しようとする事業者がほとんどといわれている。そのような中、果敢にチャレンジしようとする戦略が「新市場開拓戦略」(※左上)であり、「新商品開発戦略」(※右下)である。この戦略は、新たな市場や新たな商品へのチャレンジであるため、当然リスクはある。ただ、「多角化戦略」(※右上)のように、新たな市場に新たな商品を展開していくことに比べれば、リスクはぐっと低くなる。そのため、中小企業や小規模事業者における、新たなチャレンジをとると、「新市場開拓戦略」か「新商品開発戦略」が適切だともいわれている。

ここでも、当然ながら個々の事業者によって立ち位置の違い等があるため、どれが正しいかは異なるが、個々の事業者が、どこに狙いどころを定めるかが重要であり、その狙いどころに沿った販促活動を適切に実行していくことが求められる。



## 第3章 調査結果のまとめ

---

### 3-1 調査結果のまとめ

今回(第一回)の地域経済動向(景況感)のアンケート調査は、笠置町商工会が取り組む令和5年度の経営発達支援計画において、地域内の小規模事業者等の経営状況が、どのように変化したかの景況感の実態、特に「売上の傾向」に焦点を絞って調査し、その結果をもとに、商工会による個者支援に活かすことを目的としたものである。

結果、笠置町商工会全会員76者に対し、21者からの回答を得られたが、回収率は27.6%と非常に低い結果となった。各会員においては、多くの回答が得られるよう改めてご協力をお願いするとともに、より精度の高い情報を収集し、個者支援に活かしていきたい。

#### アンケート調査結果のまとめ

##### ① 昨年と比べた「売上」の傾向について

「やや減少」が最も多く、「かなり減少」を含むと半数以上となったが、「やや増加」や「ほぼ変わらない」も一定数ある。また、コロナ第5類感染症の影響も読み切れなかった。

##### ② 昨年と比べた「販売単価」の傾向について

「ほぼ変わらない」が一定数を占めたが、「ややアップ」が最も多く、「かなりアップ」を含むと半数近くに、「販売単価」の底上げが実行できている様子もうかがえる。

##### ③ 昨年と比べた「販売数」の傾向について

「やや増加」と「やや減少」が同数で一番多い結果となったが、「かなり減少」も少しあるため、販売数の伸び悩みの傾向が少しかがえる。

##### ④ 昨年と比べた「既存顧客からの受注」の傾向について

「ほぼ変わらない」が最も多かったが、「やや減少」と「かなり減少」が少し目立つ結果となり、売上の安定につながる既存顧客のリピート促進に注力する必要性が見受けられる。

##### ⑤ 昨年と比べた「新規顧客からの受注」の傾向について

「ほぼ変わらない」が突出して多いが、「やや増加」が一定数あり、新規顧客を獲得できている事業者もある。一方で、コストのかかる新規獲得の難しさもみえる。

##### ⑥ 今後の売上拡大における「販売単価アップ」か「販売数増加」かの優先順位について

圧倒的に「販売数の増加」を優先する事業者が多い結果となった。

##### ⑦ 今後の売上拡大における「既存顧客リピート」か「新規顧客獲得」かの優先順位について

「既存顧客リピート」と「新規顧客獲得」が、ほぼ同数に近い結果となった。

##### ⑧ 今後の売上拡大における営業戦略について

個々の事業者によって異なる営業戦略となるが、チャレンジ志向が多く見られた。

## 第4章 資料

### 4-1 アンケート調査票 (サイズ:A4)

会員各位

令和5年7月吉日

笠置町商工会  
会長 松井 克夫  
(公印省略)

令和5年度四半期ごとの景況感調査(第一回)  
アンケートのご協力のお願い

拝啓 盛夏の候、ますますご盛栄のこととお慶び申し上げます。

さて、この度、当会では、経営発達支援計画の一環として、地域の景況感、特に長引く新型コロナウイルス感染症や今般の物価高騰等の外部環境の変化によって、笠置町内の事業者の経営にどういった影響を及ぼしているか等の実態を把握するため、独自の調査をさせていただきます。今後の経営支援に役立てたいと存じます。事業者の皆様におかれましては、様々な外部環境の変化によって、経営環境に影響を及ぼしているものと思われます。つきましては、同封のアンケート用紙にご記入いただき、ご回答をFAXまたはWeb等にてお願いしたいと存じます。簡単なアンケート内容にしておりますが、誠に勝手ながら7月31日までの期限を設定させていただきます。ご協力のほど、どうぞよろしく願いいたします。

敬具

※Web でのご回答は、こちらの QR コードから可能です。

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe8u0Gk3NrS7wMQ9lzBZtCjXpRwCGgvKhcdUdA5qqy5yqMKA/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0>



[ご質問やお問合せ窓口]

笠置町商工会  
石徳、東

TEL:0743-95-2159

FAX:0743-95-2960

E-mail: [kasagi-sci@kyoto-fsci.or.jp](mailto:kasagi-sci@kyoto-fsci.or.jp)

笠置町商工会 令和5年度四半期ごとの景況感調査(第一回)アンケート用紙  
(締切: 7月31日まで / 送信先 FAX: 0743-95-2960)

次の質問について、それぞれ○印でご回答ください。

1. 昨年(令和4年)と比べて「売上」はどのような傾向にありますか？

かなり増加している	やや増加している	ほぼ変わらない	やや減少している	かなり減少している
-----------	----------	---------	----------	-----------

2. 昨年(令和4年)と比べて「販売単価」はどのような傾向にありますか？

かなりアップしている	ややアップしている	ほぼ変わらない	ややダウンしている	かなりダウンしている
------------	-----------	---------	-----------	------------

3. 昨年(令和4年)と比べて「販売数」はどのような傾向にありますか？

かなり増加している	やや増加している	ほぼ変わらない	やや減少している	かなり減少している
-----------	----------	---------	----------	-----------

4. 昨年(令和4年)と比べて「既存顧客(過去に一度でも取引のあった顧客)からの受注」はどのような傾向にありますか？

かなり増加している	やや増加している	ほぼ変わらない	やや減少している	かなり減少している
-----------	----------	---------	----------	-----------

5. 昨年(令和4年)と比べて「新規顧客(過去に一度も取引のなかった顧客)からの受注」はどのような傾向にありますか？

かなり増加している	やや増加している	ほぼ変わらない	やや減少している	かなり減少している
-----------	----------	---------	----------	-----------

6. 今後、売上拡大を図るために、次のどちらを優先すべきとお考えですか？

販売単価のアップ	販売数の増加
----------	--------

7. 今後、売上拡大を図るために、次のどちらを優先すべきとお考えですか？

既存顧客のリピート促進	新規顧客の獲得
-------------	---------

8. 今後、売上拡大を図るために、どの方向性が適切だとお考えですか？

既存顧客に既存の商品・サービスを浸透させる戦略	既存顧客に新たな商品・サービスを提供する戦略	新規顧客に既存の商品・サービスを拡げる戦略	新規顧客に新たな商品・サービスを提供する戦略
-------------------------	------------------------	-----------------------	------------------------

9. その他、具体的な経営課題(お悩みごと)等がございましたら、お聞かせください。

事業者名	
------	--