

調査概要

調査数

	小売・卸売業	製造業	建設業	サービス業	計
対象事業所	50	26	43	82	201
回答	31	14	24	49	118
未回答	19	12	19	33	83
回答率	62.0%	53.8%	55.8%	59.8%	58.7%

経営者の年齢層

	小売・卸売業	製造業	建設業	サービス業	計
30歳代	2	0	0	3	5
40歳代	4	2	6	9	21
50歳代	4	2	6	15	27
60歳代	6	6	5	11	28
70歳代	10	2	6	6	24
80歳代	1	0	0	1	2
記載なし	4	2	1	4	11
計	31	14	24	49	118

従業員数

	小売・卸売業	製造業	建設業	サービス業	計
5人未満	27	8	13	41	89
5~10人未満	4	4	3	5	16
15~20人未満	0	1	4	1	6
10~15人未満	0	0	4	1	5
記載なし	0	1	0	1	2
計	31	14	24	49	118

自社の経営状況

売上、営業利益、設備投資、販売数量、販売単価、仕入単価、資金繰り、雇用人数、業況の状況

1月から6月までの実績

	小売・卸売業	製造業	建設業	サービス業	平均
売上	-0.26	-0.13	-0.25	-0.43	-0.32
営業利益	-0.27	0.00	-0.37	-0.43	-0.32
設備投資	0.05	0.04	-0.08	-0.05	-0.04
販売数量	-0.19	-0.18	-0.37	-0.43	-0.34
販売単価	0.00	0.00	-0.15	-0.18	-0.12
仕入単価	-0.25	-0.17	0.06	-0.16	-0.11
資金繰り	-0.13	-0.13	-0.17	-0.31	-0.22
雇用人数	-0.33	-0.21	-0.27	-0.20	-0.24
業況	-0.23	0.00	-0.21	-0.44	-0.30
平均	-0.18	-0.09	-0.20	-0.29	-0.19

背景や要因

- ・コロナの影響により外出控えが続いている
- ・仕入れの遅れがあり、製造が滞っている。原材料が無く仕事ができない
- ・プレミアム付商品券で受注が若干増えた

7月から12月までの見込

	小売・卸売業	製造業	建設業	サービス業	平均
売上	-0.21	-0.07	-0.17	-0.35	-0.24
営業利益	-0.27	-0.07	-0.21	-0.41	-0.29
設備投資	0.02	0.14	-0.14	-0.05	-0.04
販売数量	-0.18	0.00	-0.11	-0.39	-0.23
販売単価	0.00	0.07	-0.09	-0.08	-0.04
仕入単価	-0.39	-0.33	-0.06	-0.18	-0.22
資金繰り	-0.22	-0.23	-0.25	-0.29	-0.26
雇用人数	-0.33	-0.29	-0.29	-0.21	-0.26
業況	-0.23	0.00	-0.27	-0.48	-0.32
平均	-0.20	-0.09	-0.18	-0.27	-0.18

背景や要因

- ・コロナ終息が見えていない状況の為。売上が減少していくと考えている
- ・今後も価格の高騰（材料）に伴い原価の上昇で利益減少、納期の遅れが見込まれる
- ・の猶予や借入金の返済を利息のみにしてもらっているおかげでやって来れているが、返済が始まると不安。

新型コロナウイルス感染症の影響

お客様のニーズの変化

小売・卸売業

- ・お客様は出歩かなくなった。財布のひもがかたい。余分な物は買わない。
- ・高齢者の方も外出控えているため、配達・配送のお知らせをしている。
- ・販売単価の高いものでも売れるようになった
- ・取り扱い量が少ないため変化は感じない

製造業

- ・観光・帰省がないため、お土産品売上は激減しているが電話注文・ネット注文は微増
- ・製品の分割納品
- ・直営店への来客数が激減しているのでニーズ等はわからないが、家飲みニーズに対応するべくSNSで発信を始めた。

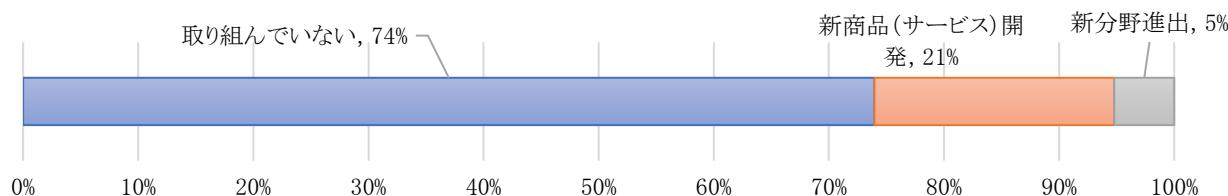
建設業

- ・個人・企業・官庁のエアコン等設備投資が増えた
- ・巣ごもり需要の拡大で、住宅に対する考え方の変化、自宅で快適にすごせる工夫等お客様の要求が増している

サービス業

- ・テイクアウトが増え、来店は食事の方が多く夜遅くまで飲食される方が大きく減った。
- ・地元のお店を利用して下さる方が増えた（新規のお客様が増えた）
- ・来店して頂く回数が減りましたが（常連）新しいお客様も来てくださいます

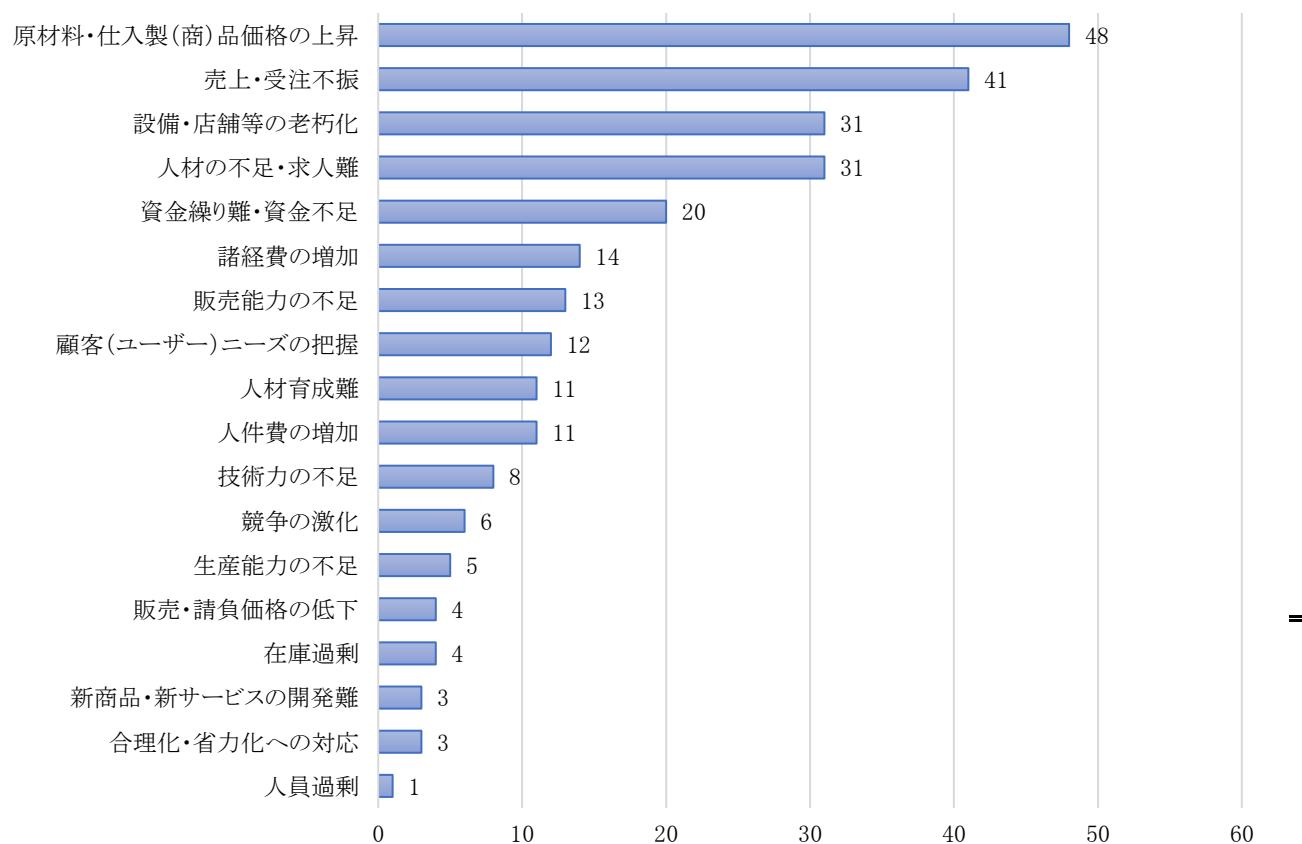
新型コロナウイルスに対しての新規の取組み



取り組み内容

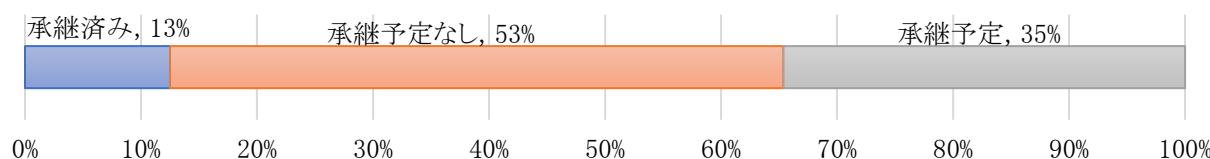
- ・お一人様メニュー、セットメニューの製作、店舗改修
- ・DMによるイベント周知など。ツイッター、インスタグラム、フェイスブック等SNSでの発信
- ・各部品の単価について見直しをし、客先に再考を依頼。価格交渉
- ・新規メーカーとの取り引き
- ・店頭前にて、屋台風にから揚げ、焼鳥販売し、リピーター様が増えた
- ・マスクの着用でのポイントサービス
- ・高単価のお弁当の販売

現在抱えている経営課題（複数回答）

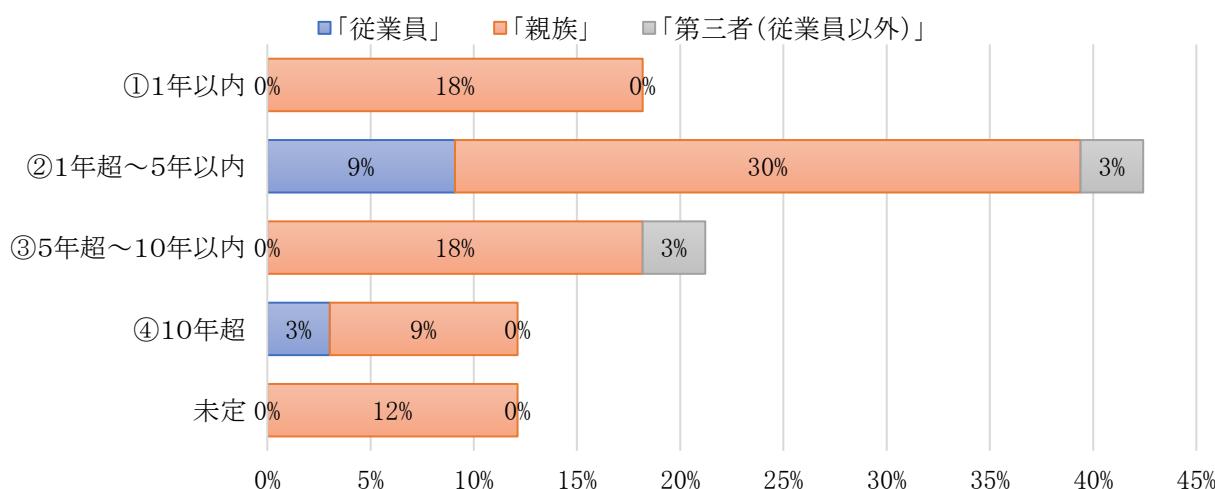


事業承継の状況

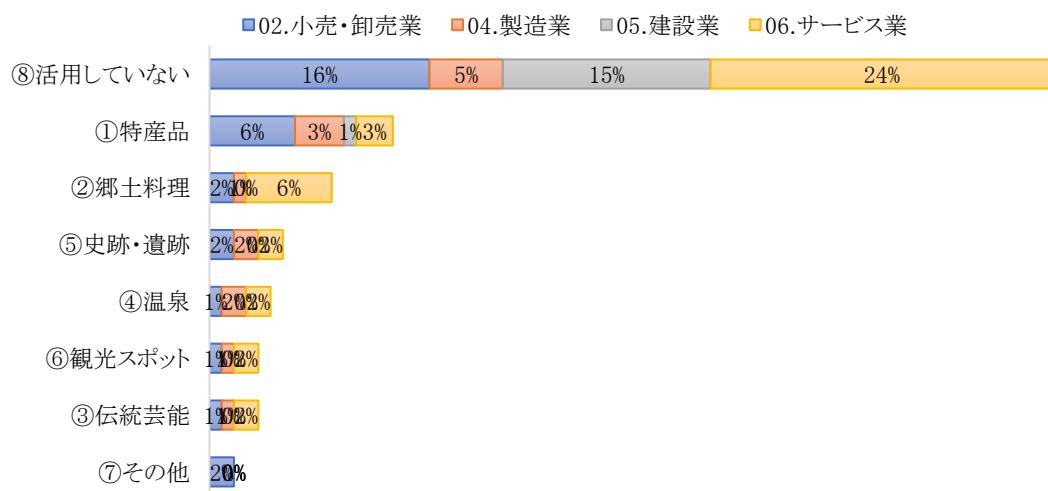
事業承継の実施状況



承継先と承継時期

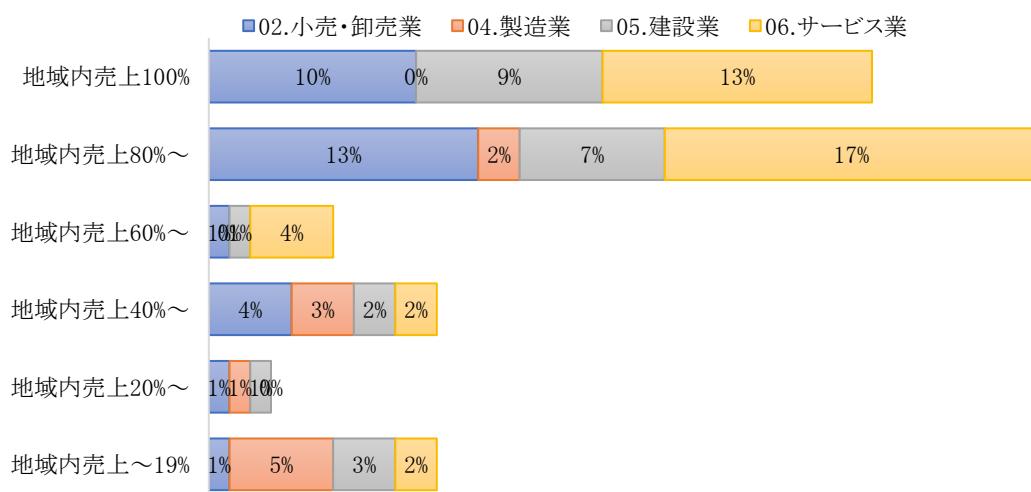


観光資源の活用度

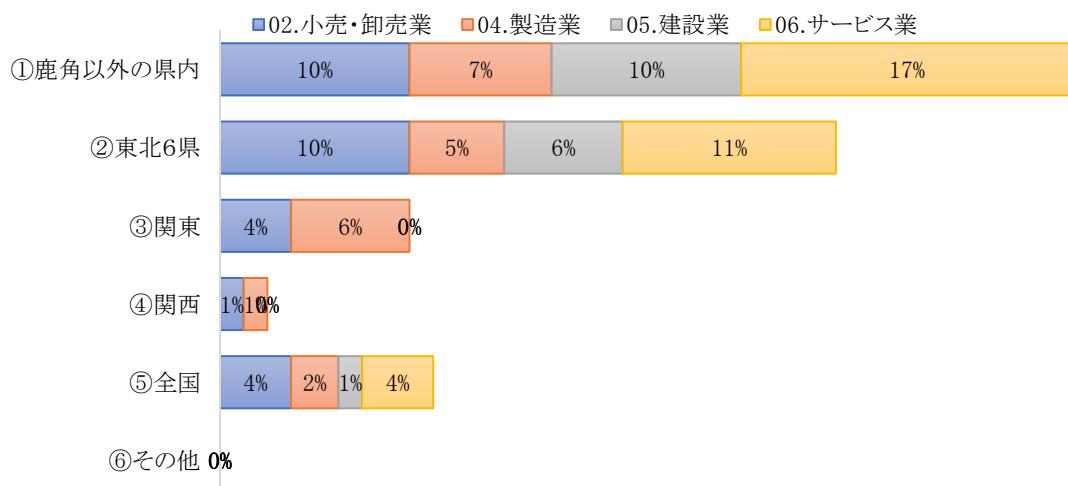


域外取引の状況

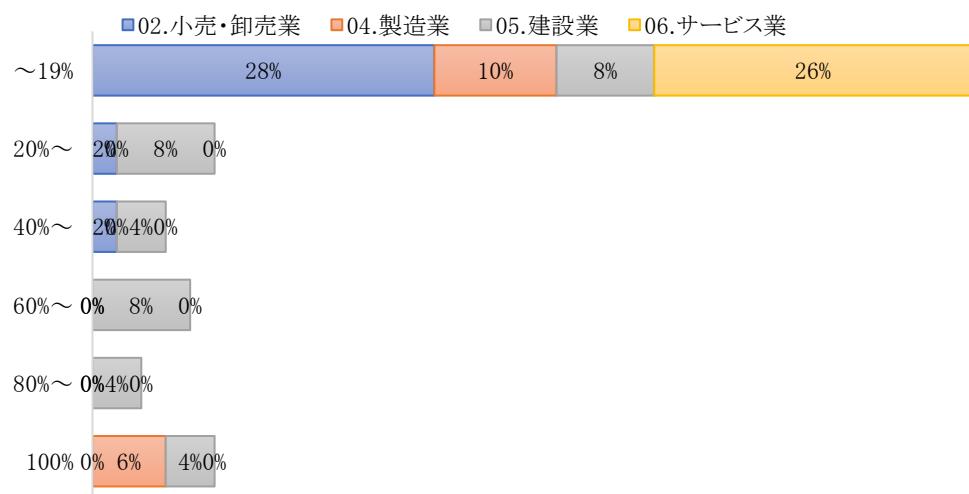
事業所の地域外売上構成比



鹿角地域外の主な商圏



売上に対する下請け（OEM）の状況



下請け（OEM）の今後の見通し

