

令和2年度  
経営実態調査  
レポート

令和3年3月

玉造商工会



## 【目 次】

### I. 調査概要

### II. 調査結果

1. 四半期ごとの各D I 値の推移（全業種）
2. 経営上の問題点（全業種）
3. 今後の対応策（全業種）

### III. 調査票

## I. 調査概要

1. 調査目的 : 当地を代表する観光産業の景気動向を把握し、今後の地元観光産業の基礎資料として活用することを目的とする。

2. 調査対象者 : 玉造商工会会員事業所（法人・個人含む）で、観光産業に関連する事業所の経営者、または経営に携わる方。

### ※業種と対象者数

・ 木地漆器業	5 事業者
・ 小売業	12 事業者
・ 料理、飲食業	9 事業者
・ 旅館、ホテル業	9 事業者
合計	35 事業者

(※事業者の選定は任意)

3. 調査方法 : 上記対象者に対する留置きパネル調査

4. 調査期間 : 四半期毎  
3月～5月 (第1期)  
6月～8月 (第2期)  
9月～11月 (第3期)  
12月～2月 (第4期)

5. 調査項目 : ①売上高の前年同期比較  
②採算（利益）の前年同期比較  
③資金繰りの前年同期比較  
④今後の売上見通し  
⑤経営上の問題点  
⑥今後の対応策

6. 集計方針 : 調査項目の①、②、③、④は、「伸びた」「好転している」等の回答の構成比合計から、「落ち込んだ」「悪化している」等の回答の構成比合計を差し引いた数値を指数（Diffusion Index）として相対的に各期の経営状況を判断する。

7. その他 : ①集計結果については、回収数を母数とし地域全体の代表性を表すものではない。

- ②集計時の構成比は、小数点以下2位を四捨五入しているため合計が必ずしも100%にならない場合があるが、表記は100.0%としている。
- ③報告書作成においては、集計方針を受けて有用と判断されるものを採択し掲載することとする。

## II. 調査結果

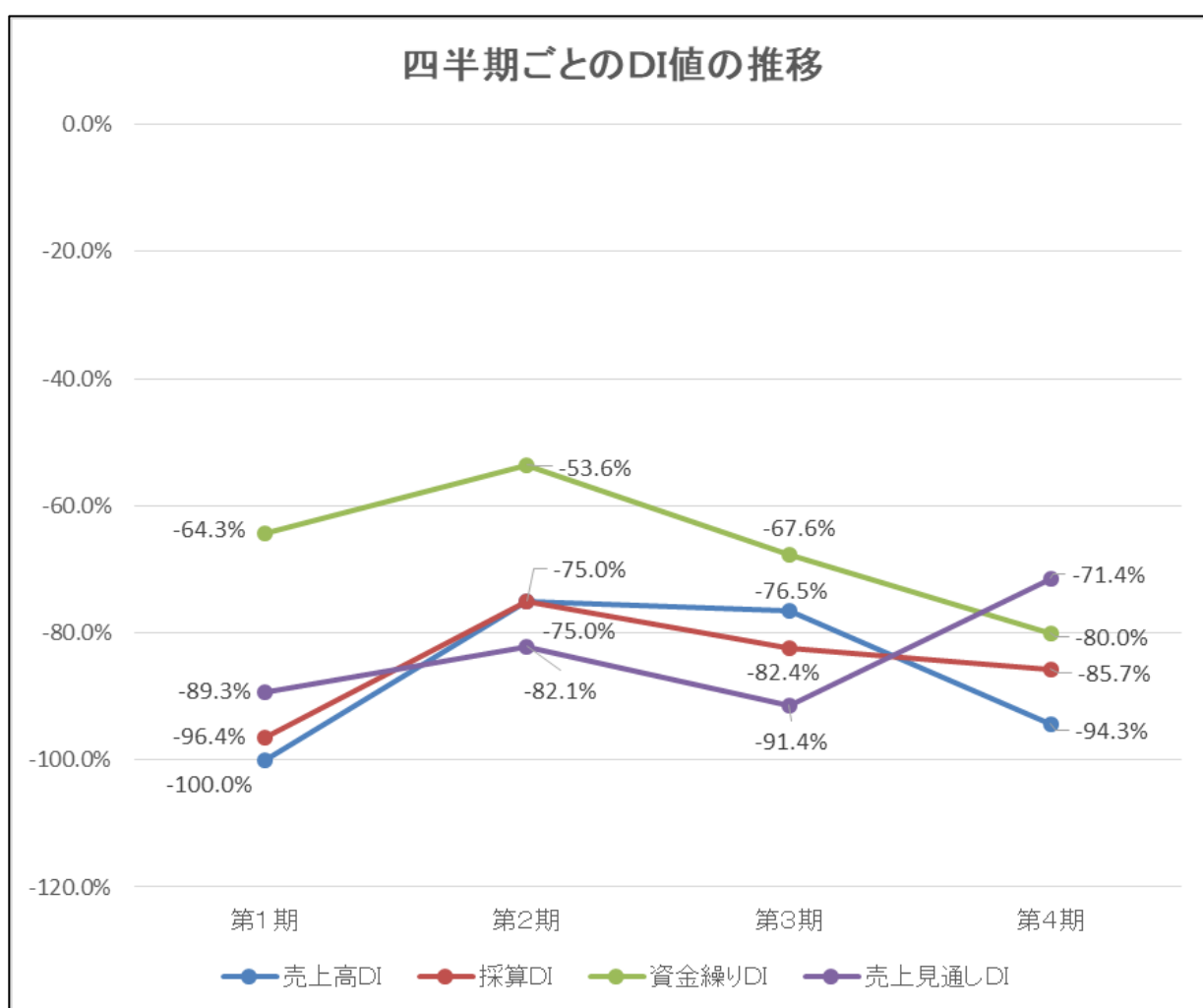
### 1. 四半期ごとの各D I 値の推移（全業種）

売上高、採算、資金繰り、売上見通し全項目について、各期とも水面下で推移しており、第2期で改善傾向にあったものの再度、売上高、採算、資金繰りについて悪化傾向となった。

売上見通しについては、水面下ながら改善傾向となった。

【図表1 四半期ごとの各D I 値の推移】

項 目	売上高D I	採算D I	資金繰りD I	売上見通しD I
第1期	-100.0%	-96.4%	-64.3%	-89.3%
第2期	-75.0%	-75.0%	-53.6%	-82.1%
第3期	-76.5%	-82.4%	-67.6%	-91.4%
第4期	-94.3%	-85.7%	-80.0%	-71.4%



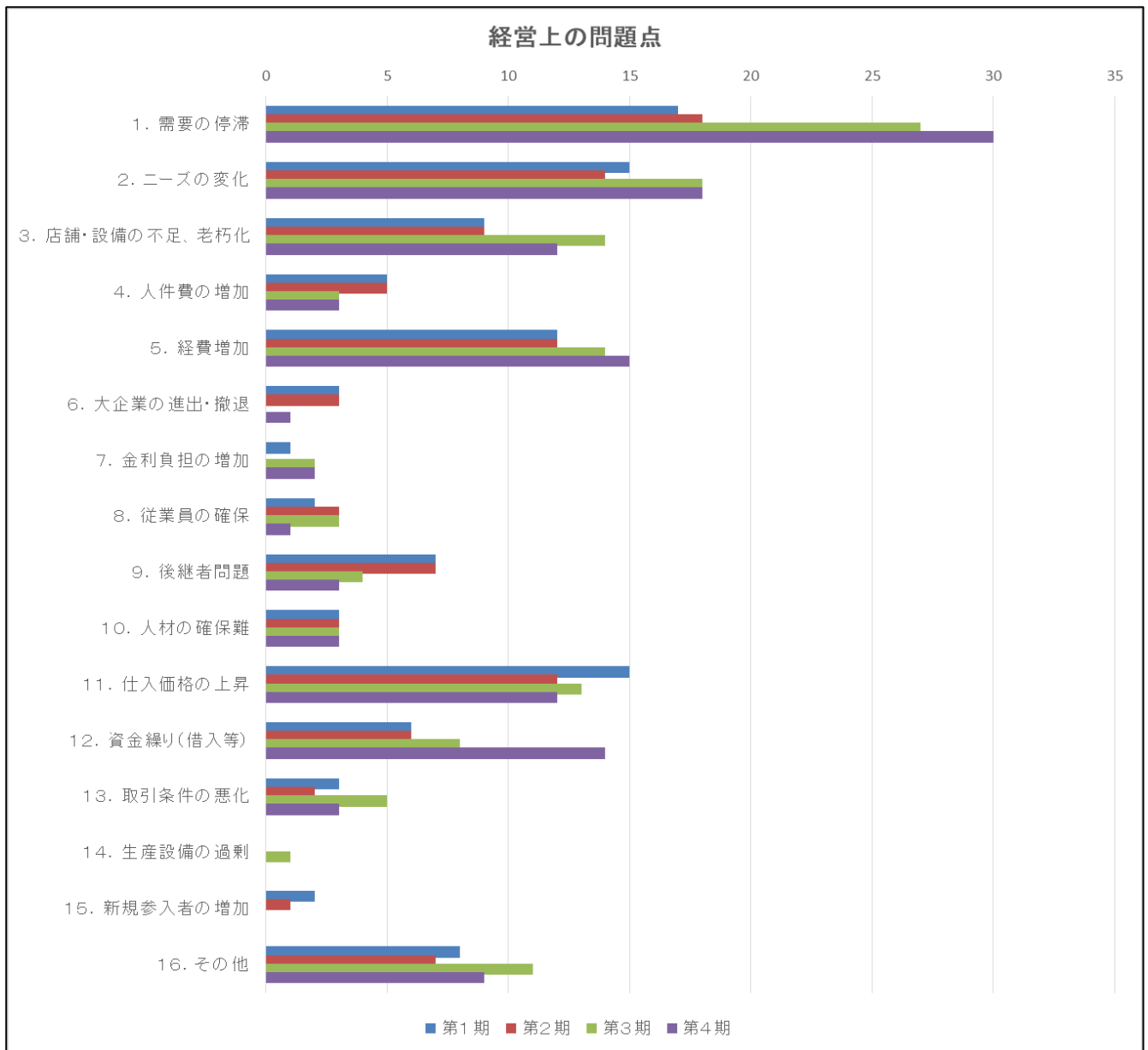
## 2. 経営上の問題点（全業種）

経営上の問題点としては、「需要の停滞」「ニーズの変化」「仕入価格の上昇」「経費増加」が上位を占めている。

その他としては、観光客の減少、コロナ感染症拡大の影響等が挙げられている。

また、経営上の問題点として「需要の停滞」「ニーズの変化」「経費増加」「資金繰り」は増加しており、「人件費の増加」「後継者問題」「仕入価格の上昇」は減少している。

【図表2 経営上の問題点】



### 〈16. その他の記載内容〉

#### 第1期

- ・観光客がない
- ・コロナ
- ・新しいことも取り入れていきたいが、それを指導してもらえるような体制も必要。

- ・新型コロナウイルスの影響
- ・新型コロナウイルスワクチンの早期開発と投与
- ・観光情報の氾濫

#### 第2期

- ・観光客がない
- ・納税
- ・新型コロナウイルスの影響
- ・新型コロナウイルスワクチンの早期開発と投与
- ・コロナ
- ・大イベントに関して、施行実施権限者の主体性の無さ。

#### 第3期

- ・新型コロナウイルスの影響
- ・健康上の問題

#### 第4期

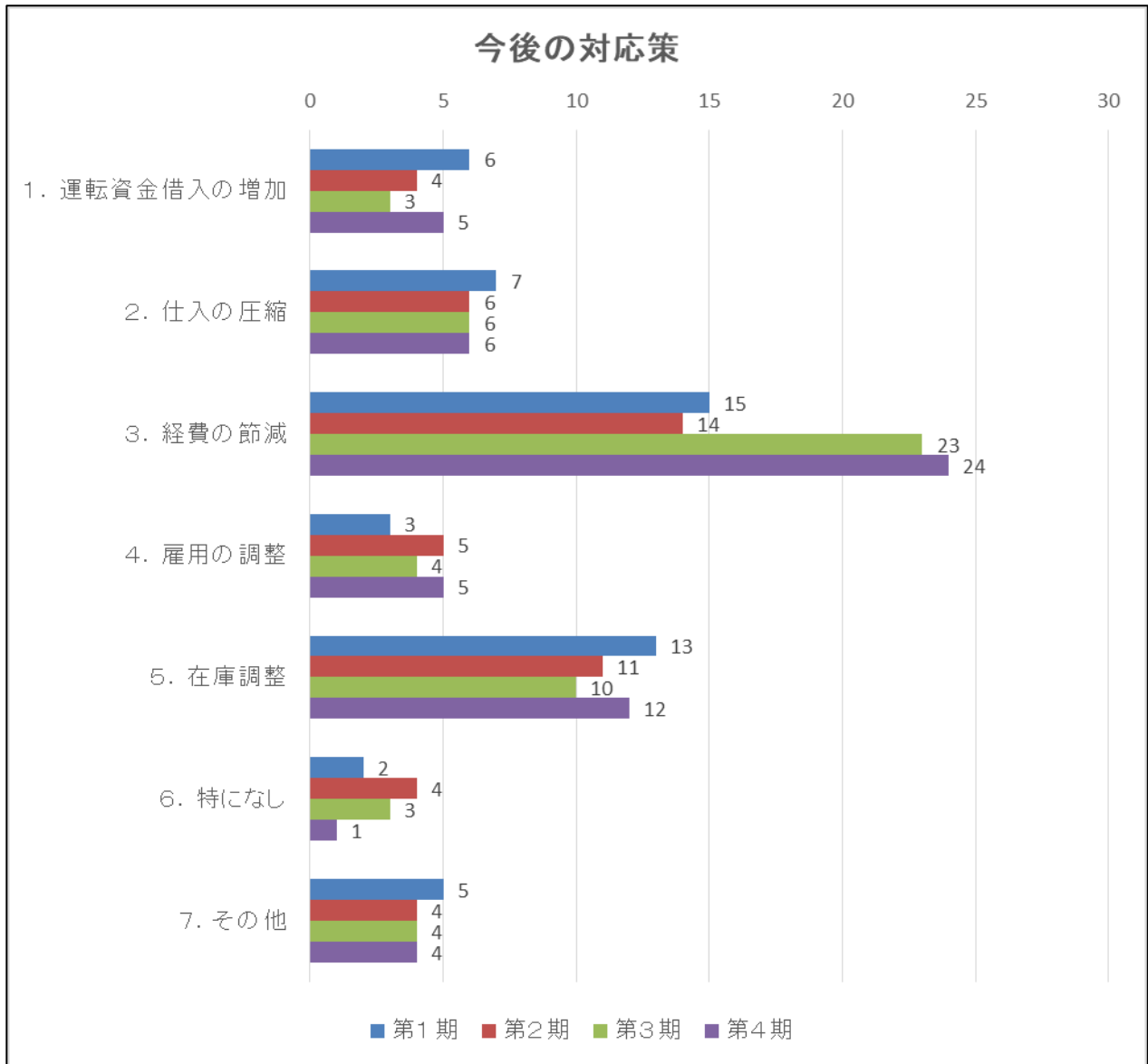
- ・新型コロナウイルスの影響
- ・家賃

### 3. 今後の対応策（全業種）

今後の対応策としては、「経費節減」がもっとも多く、次いで「在庫調整」となっている。

その他の対応策としては、生産性の向上、誘客対策、コロナ感染症拡大への対策等が挙げられている。

【図表3 今後の対応策】



#### 〈7. その他の対応策の記載内容〉

##### 第1期

- ・コロナの終息
- ・時代に取り遅れない対応、そのための応援が必要です。
- ・生産性向上で、経費を抑えて売上高UP。
- ・誘客対策



- ・暮らしに根差した従来の優れた慣行を無理に変更し、時代に合わせるより、優れたモノをより優れたモノにすることが大事。新しいモノはせわしなく、汚い。

#### 第2期

- ・コロナの終息
- ・生産性向上で、経費を抑えて売上UP。
- ・誘客対策、コロナ対策。
- ・人の動きを取り戻す環境改善を個人の手で！

#### 第3期

- ・コロナの終息
- ・我慢の時。自分、家族が健康でいることに全力を尽くす。
- ・ニーズの変化に合わせて経営体制を考える。
- ・誘客対策
- ・挑戦者としての強い精神。光るものがあれば消えることはない、温泉力。

#### 第4期

- ・コロナの終息
- ・時代の変化に対応。例えばキャッシュレス化対応など。
- ・誘客対策。営業戦略の見直し。
- ・新しいものを追わず、先達の残したのから光るものを探していく。