

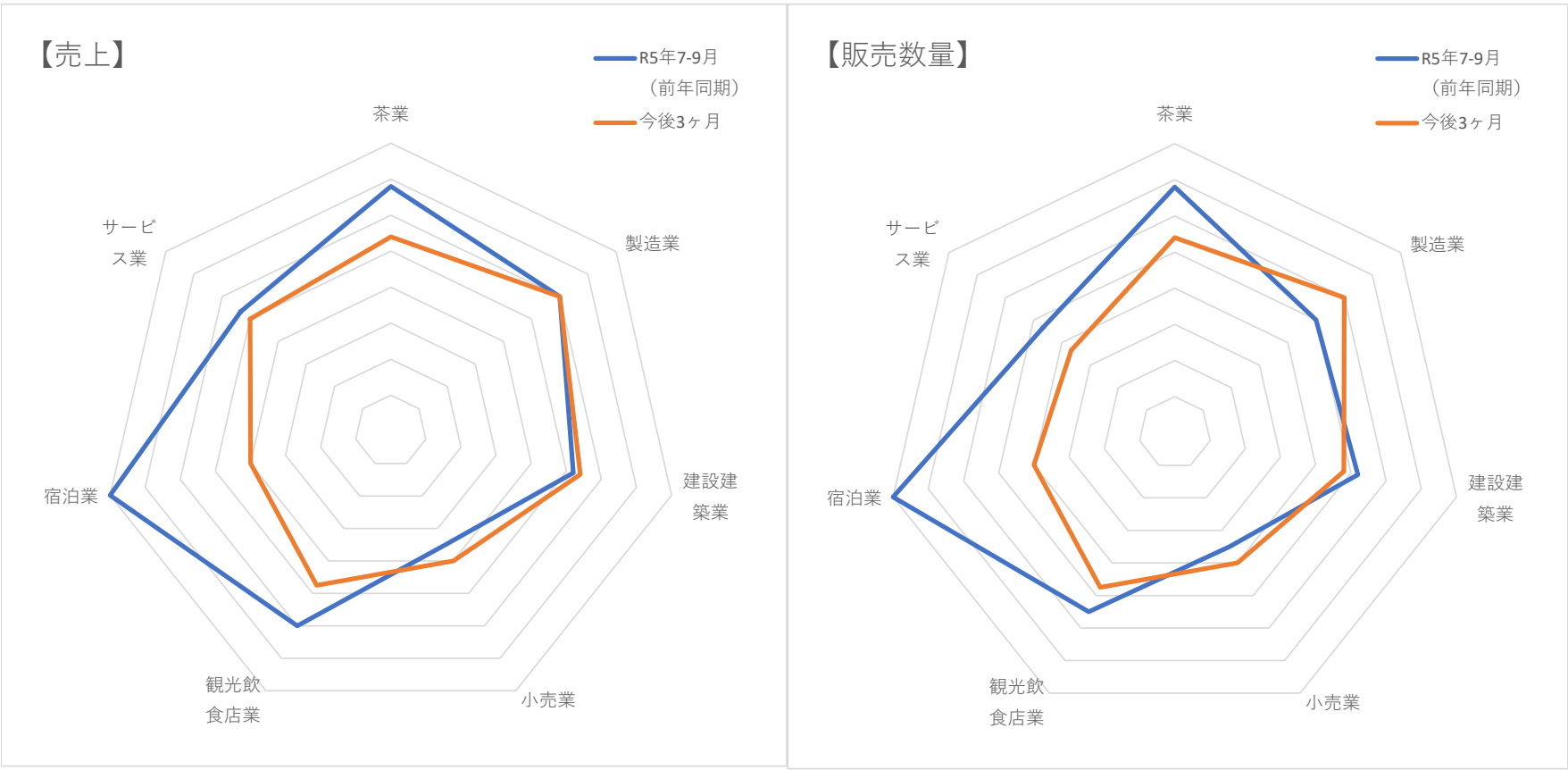
和束町管内の景気動向に関する実態を把握するため、管内小規模事業者の中から調査対象26事業者を選定し、四半期に1度、巡回時に管内景気動向調査・分析を実施しております。自社の経営分析や事業計画策定時のデータとしてご活用ください。

【総括】

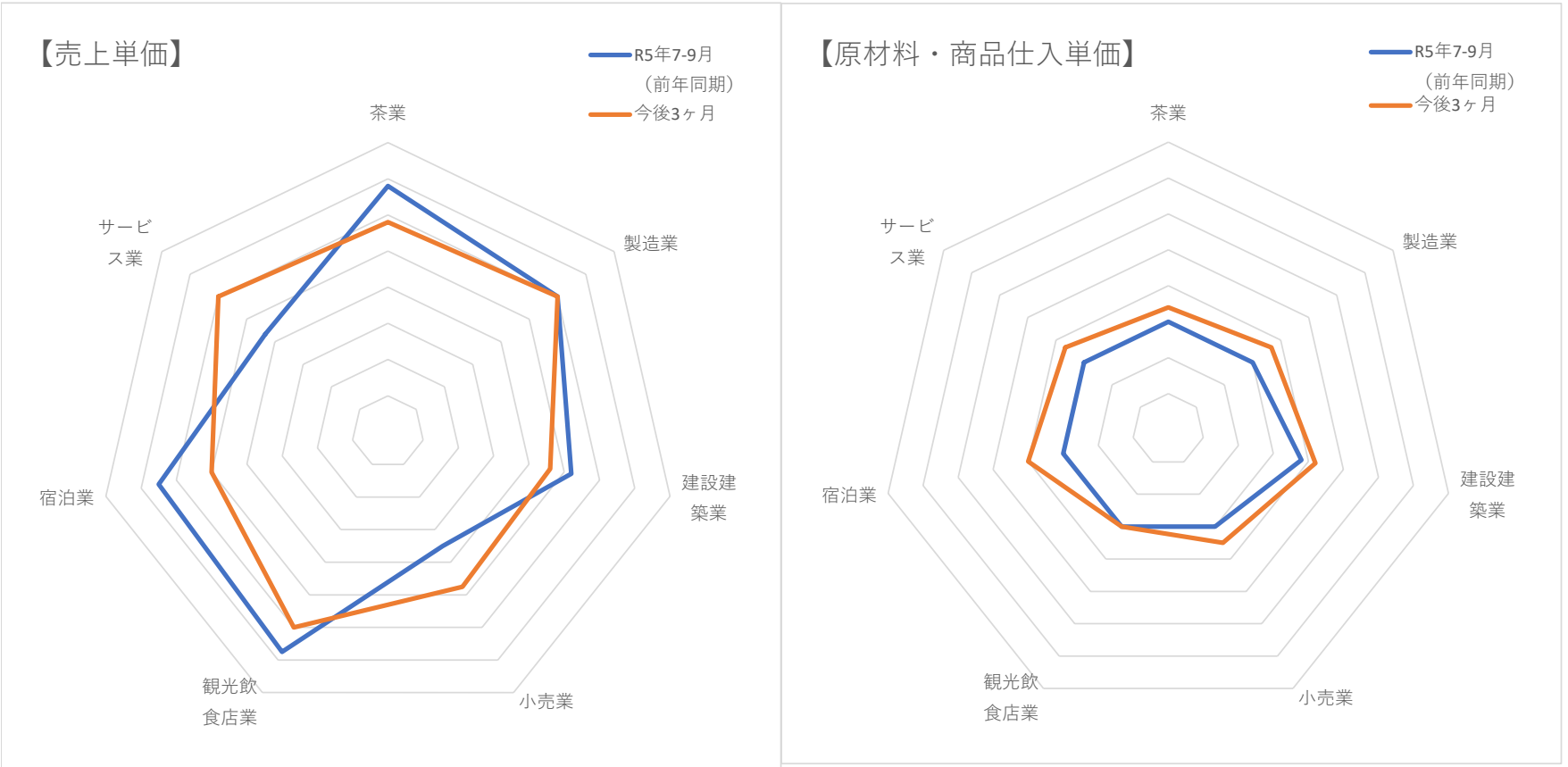
和束町内事業者の業況においては、小売業の売上が向上し、販売数量は製造業、小売業で増加するものの、その他は減少となった。売上単価は、サービス業とともに増加傾向となった。原材料仕入は、全業種において増加し、全般的に物価高の影響を受けるかたちとなった。採算（経常利益）においては、茶業、小売業、観光飲食店業が好転見込であり、資金繰りは、茶業、小売業が依然厳しい状態にある。

経営の主な課題については、茶業が「製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上」となり、建設建築業、観光飲食店業においては、「人材確保」等となった。小売業では「業務の効率化」、また、製造業、宿泊業、サービス業においては「既存の製品・サービスの改善」となった。

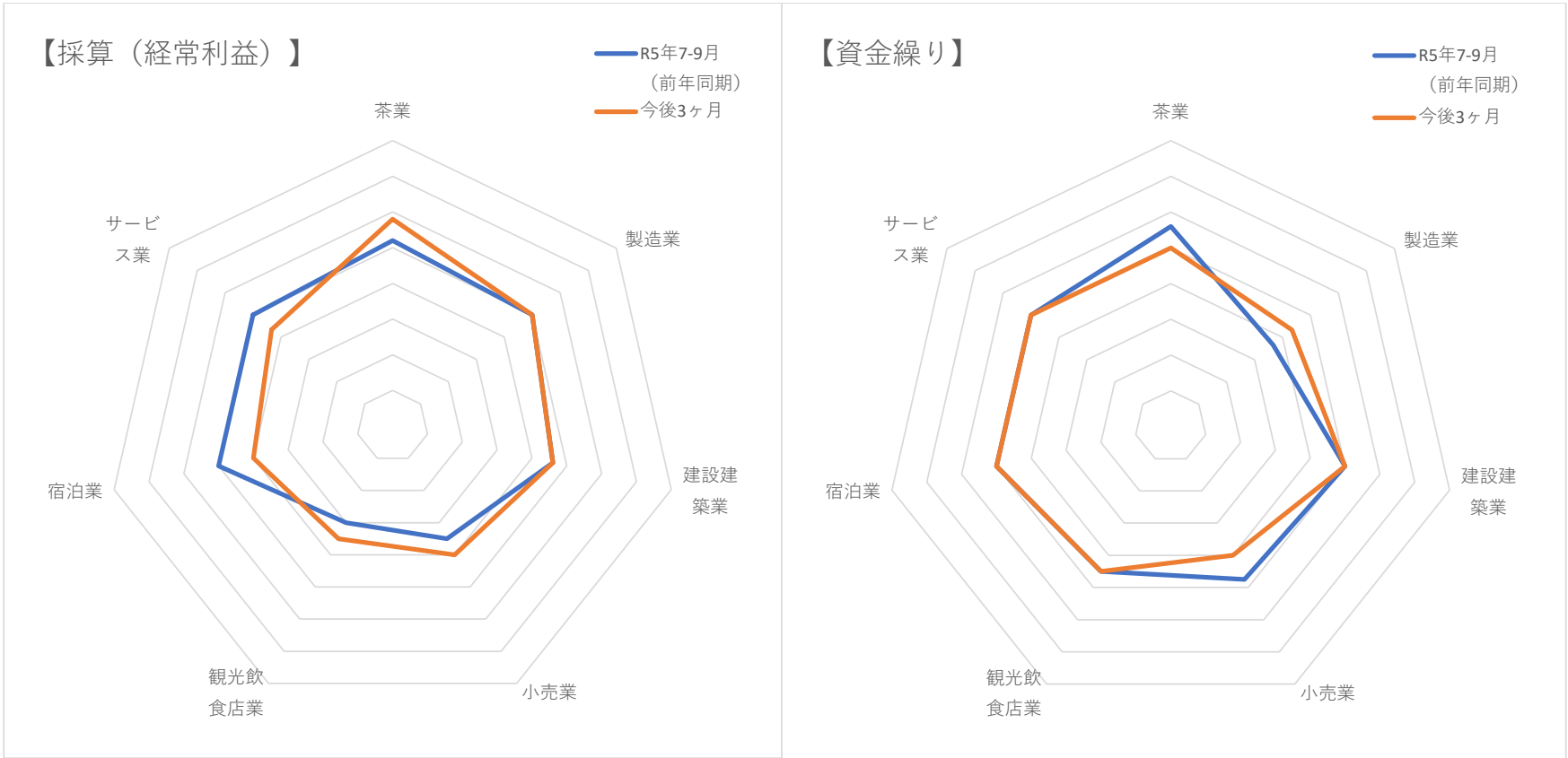
求める支援策としては、製造業、宿泊業が「製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上」、茶業とサービス業は「新たな商圈・顧客・販路の開拓」、建設建築業は「人材確保」、観光飲食店業は、「自社の強みの把握」、小売業は全分野にわたる支援策を求めるかたちとなった。



売上は、茶業、観光飲食業、宿泊業、サービス業は減少となり、小売業は増加となった。
販売数量は、製造業、小売業が増加し、その他は減少となった。

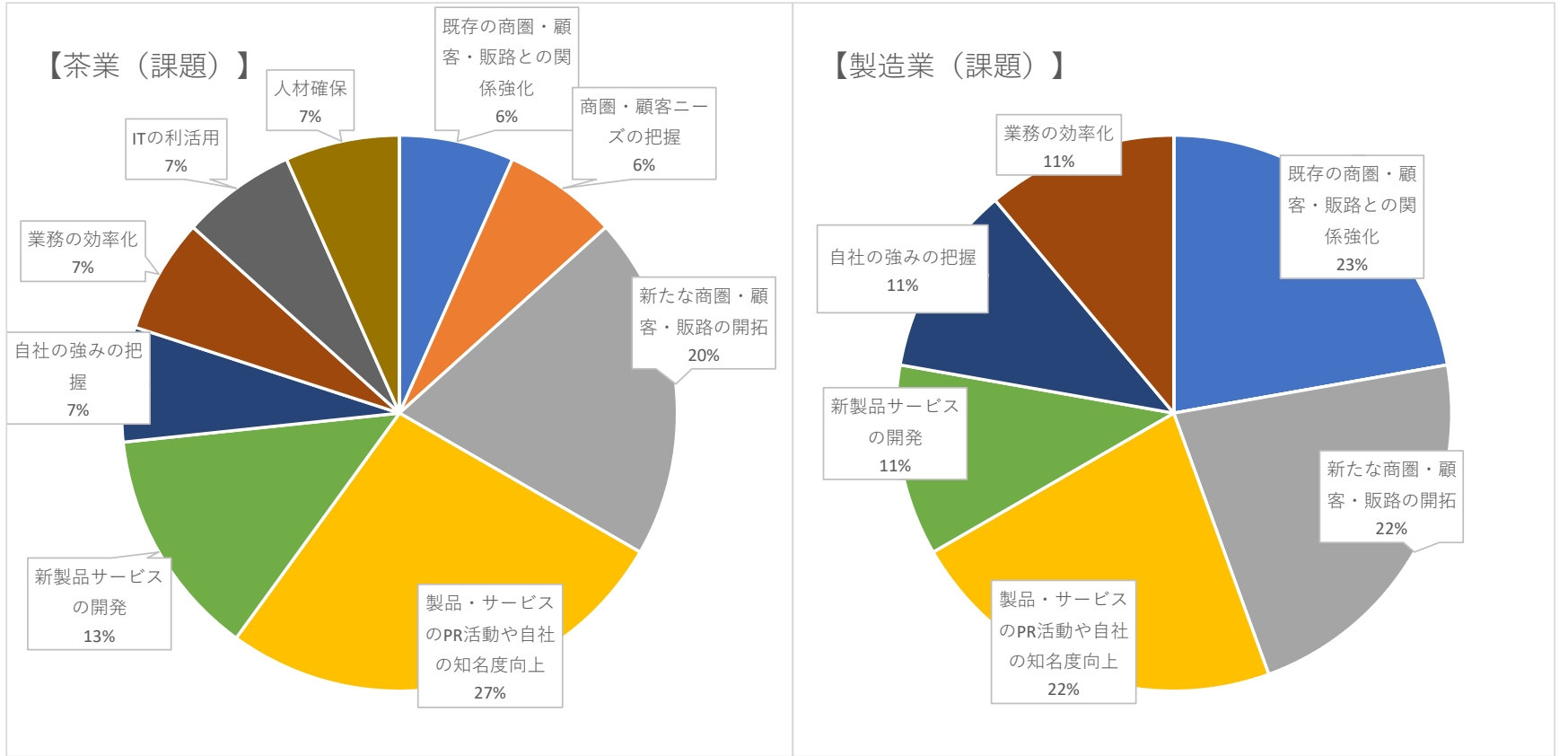


売上単価は、小売業、サービス業が増加し、茶業、建設建築業、観光飲食業、宿泊業が減少となった。
原材料・商品仕入単価は、観光飲食店業は横ばいとなり、それ以外はすべて増加となった。

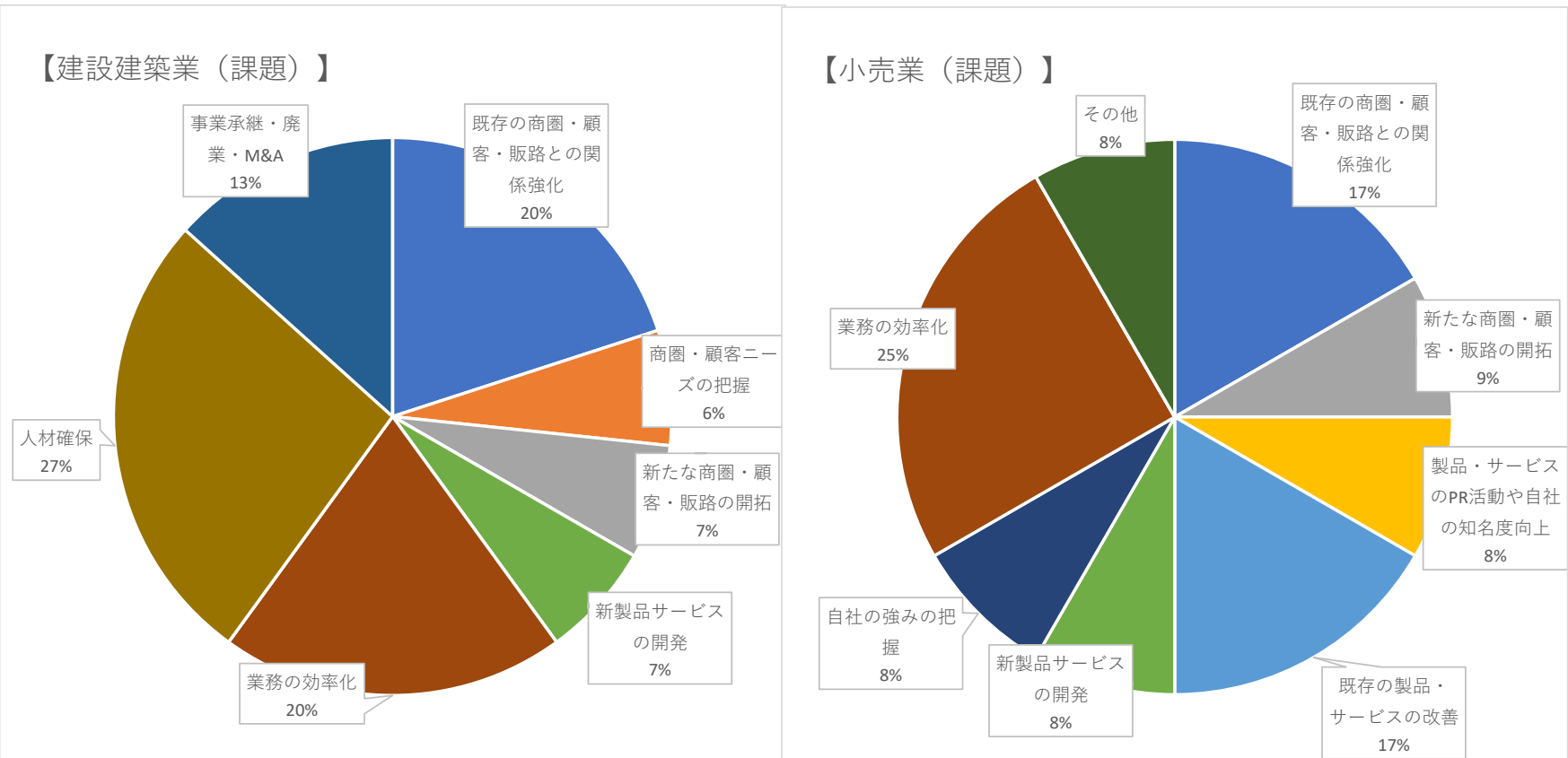


採算（経常利益）は、茶業、小売業、観光飲食業は増加し、宿泊業、サービス業は減少となった。
資金繰りは、茶業、小売業が悪化し、製造業は、好転し、その他は横ばいとなった。

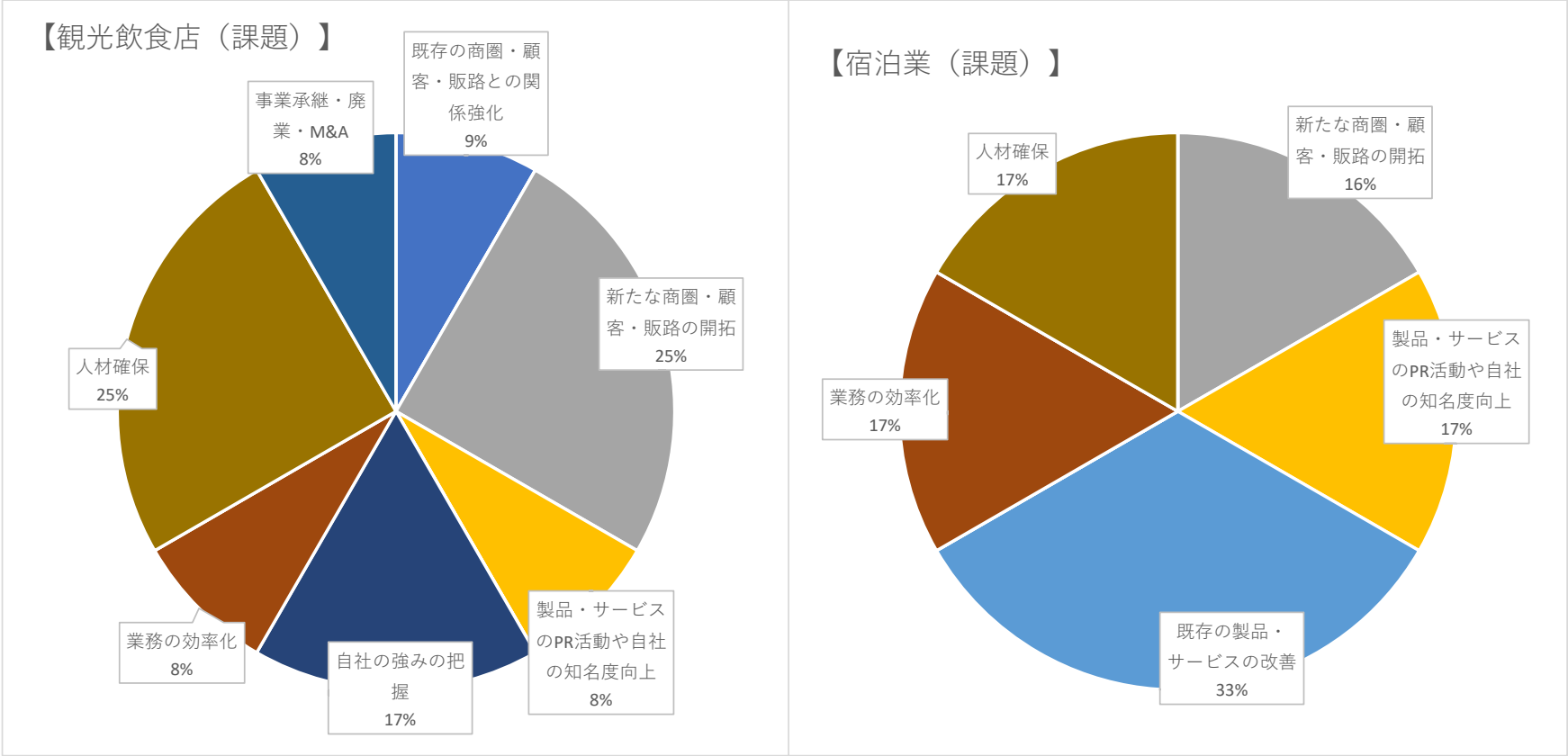
【現在の経営課題】



茶業の主な課題は、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上、新たな商圏・顧客・販路の開拓となった。
製造業の主な課題は、既存の商圏・顧客・販路との関係強化、新たな商圏・顧客・販路の開拓、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上となった。

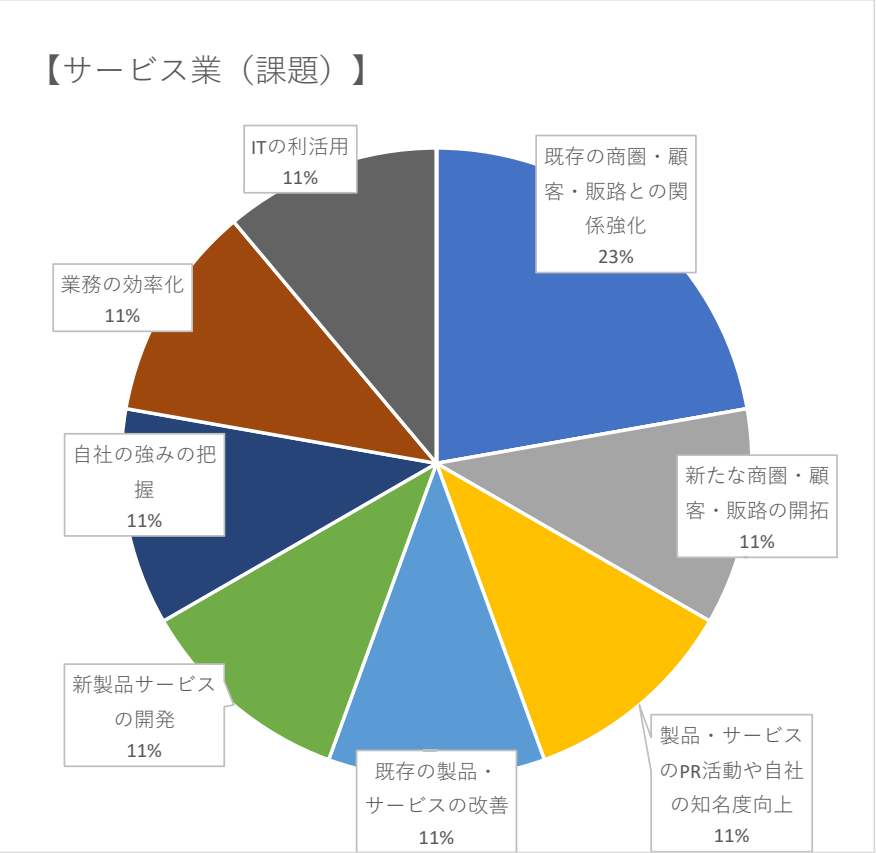


建設建築業の主な課題は、人材確保、業務の効率化、既存の商圏・顧客・販路との関係強化となった。
小売業の主な課題は、業務の効率化、既存の商圏・顧客・販路との関係強化、既存の製品・サービスの改善となった。



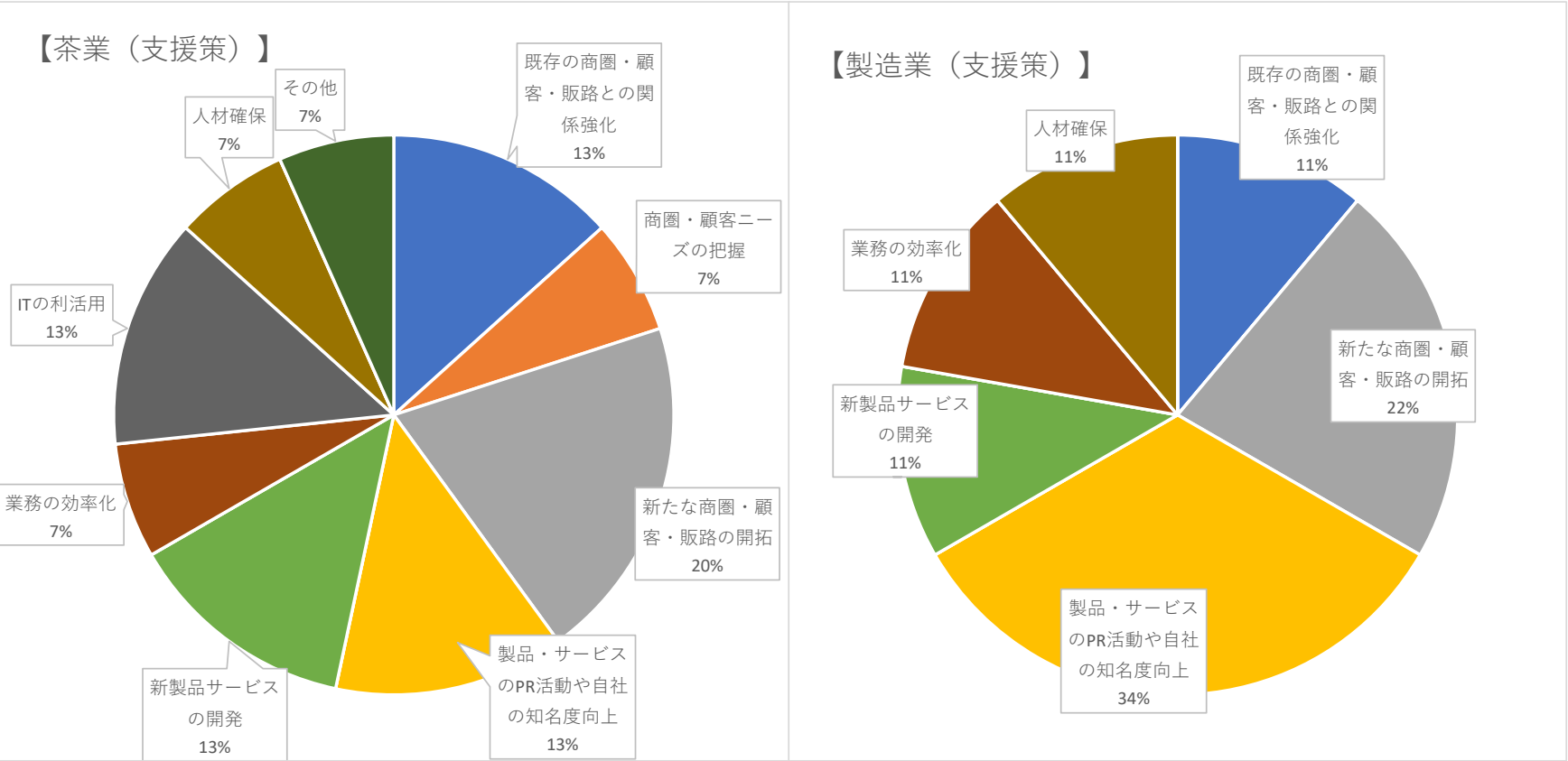
観光飲食店業の主な課題は、新たな商圏・顧客・販路の開拓、人材確保となった。

宿泊業の主な課題は、既存の製品・サービスの改善、業務の効率化、人材確保、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上となった。



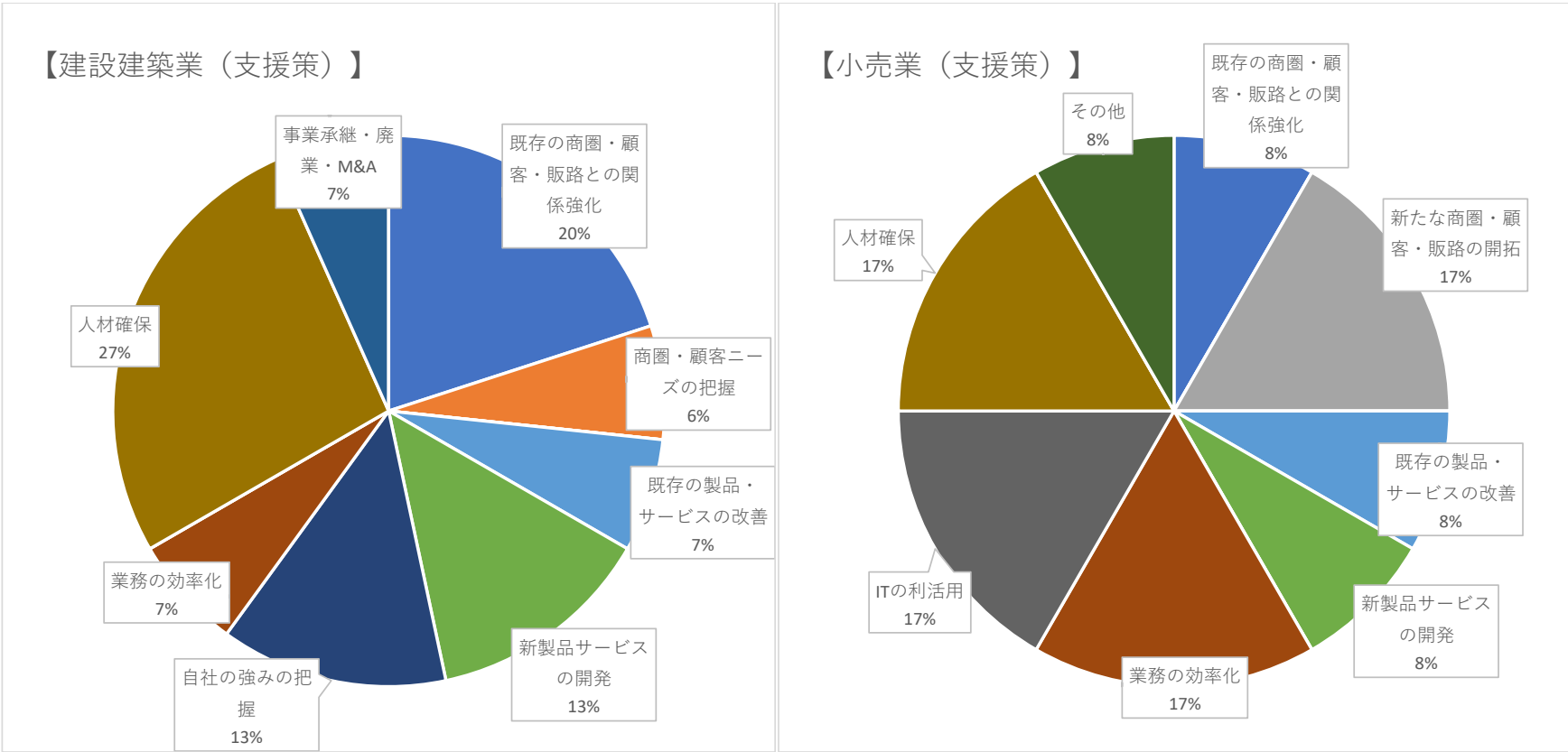
サービス業の主な課題は、既存の商圏・顧客・販路との関係強化となった。

【求める支援策】



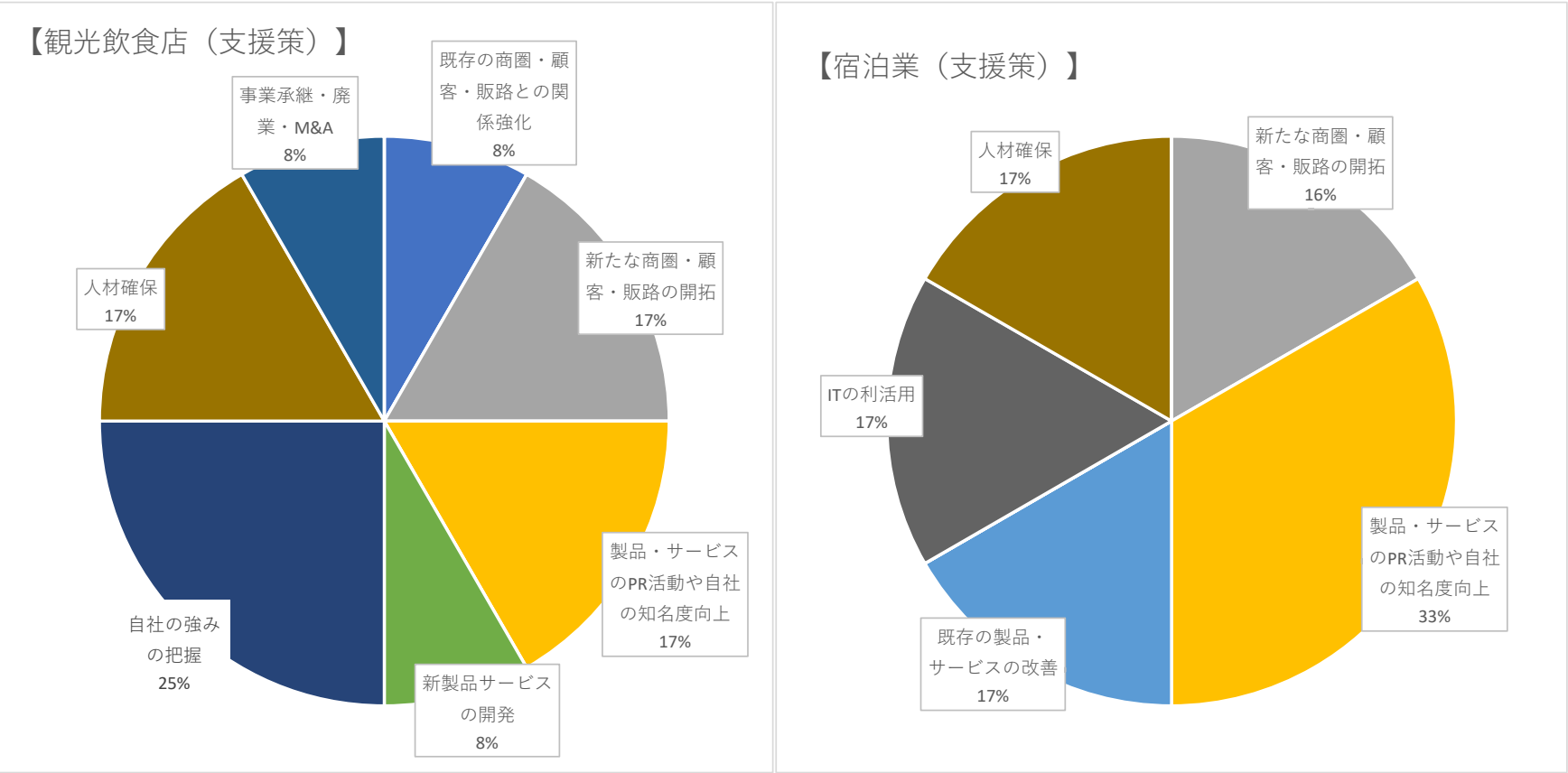
茶業が求める主な支援策は、新たな商圏・顧客・販路の開拓となった。

製造業が求める主な支援策は、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上となった。



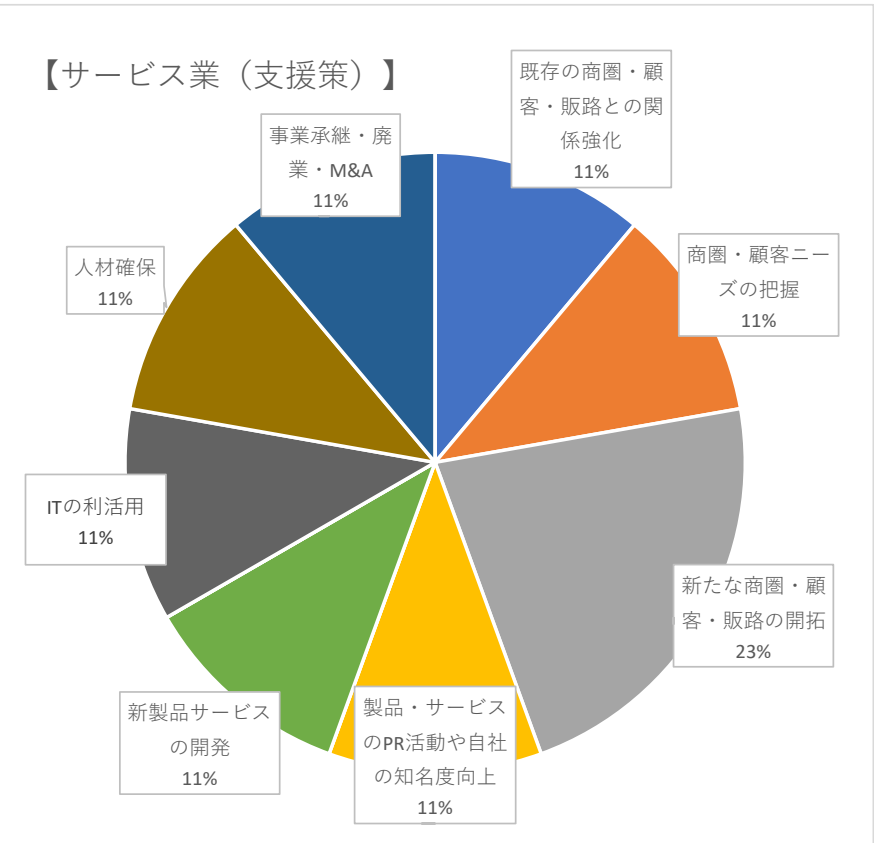
建設建築業が求める支援策は、人材確保、既存の商圏・顧客・販路との関係強化となった。

小売業が求める支援策は、業務の効率化、ITの利活用、人材確保、新たな商圏・顧客・販路の開拓となった。



観光飲食店が求める主な支援策は、自社の強みの把握となった。

宿泊業が求める主な支援策は、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上となった。



サービス業が求める主な支援策は、新たな商圏・顧客・販路の開拓となった。

【グラフ分析について】

