

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】

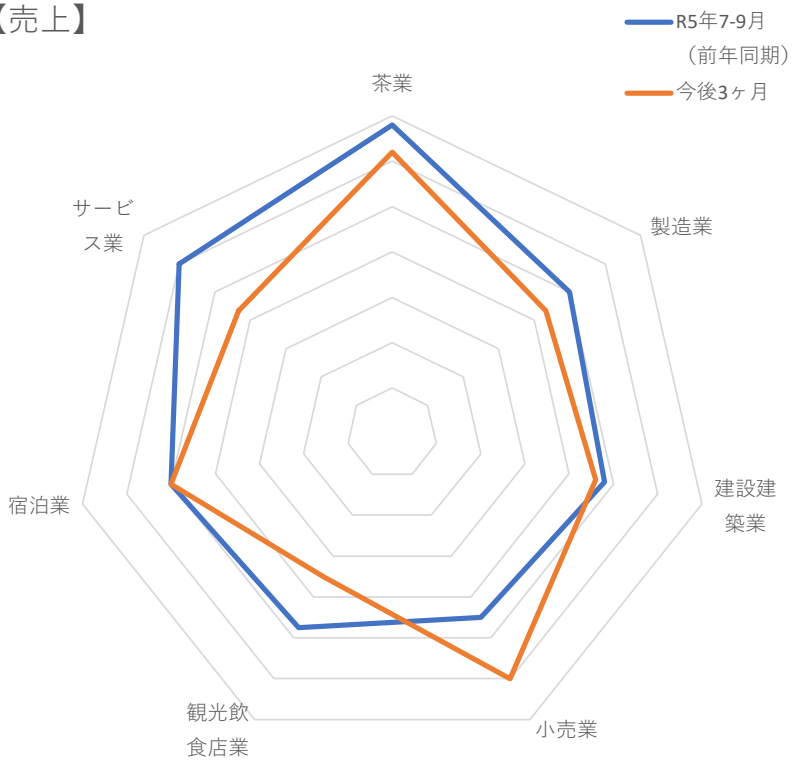
令和6年度第2四半期に実施された和束町管内の景気動向調査では、原材料費の高騰や人材不足、販路の限界といった複合的な課題が多くの業種に共通して浮き彫りとなり、特に地域の基幹産業である茶業や観光関連業種では売上や利益の減少、資金繰りの悪化が顕著でした。

一方で、小売業や製造業では販売数量の増加や売上単価の上昇といった前向きな動きも見られ、業種ごとの状況に差が生じています。

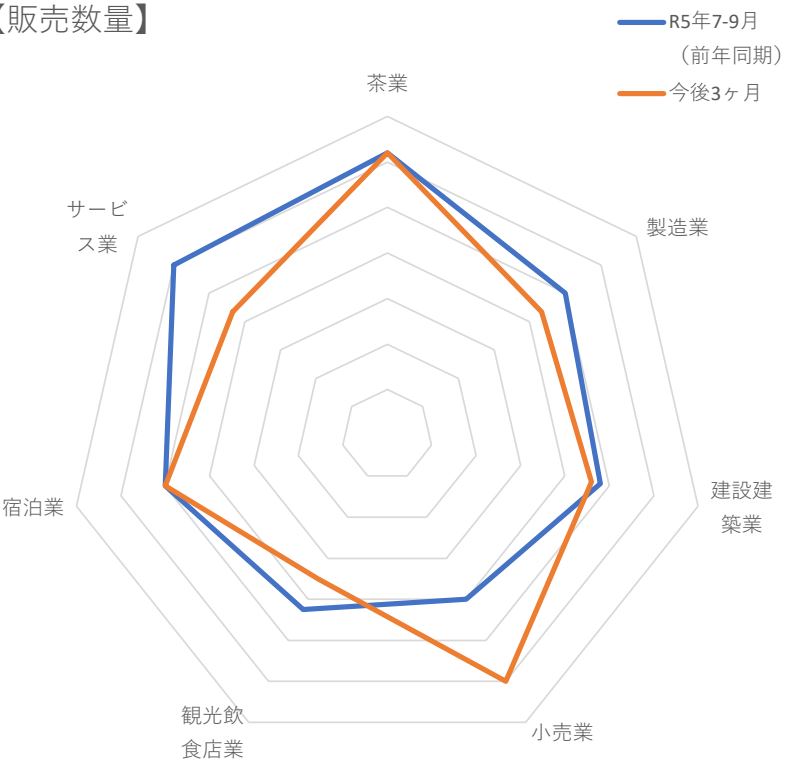
各業種が抱える課題は、販路開拓、業務効率化、人材確保、PR活動などに集約され、これらに対する的確な支援が今後の地域経済の持続的な発展に不可欠です。

地域資源を活かした事業展開や、事業者の強みを引き出す個別支援を通じて、和束町の小規模事業者が厳しい経営環境の中でも前向きに挑戦できる体制づくりが求められています。

【売上】

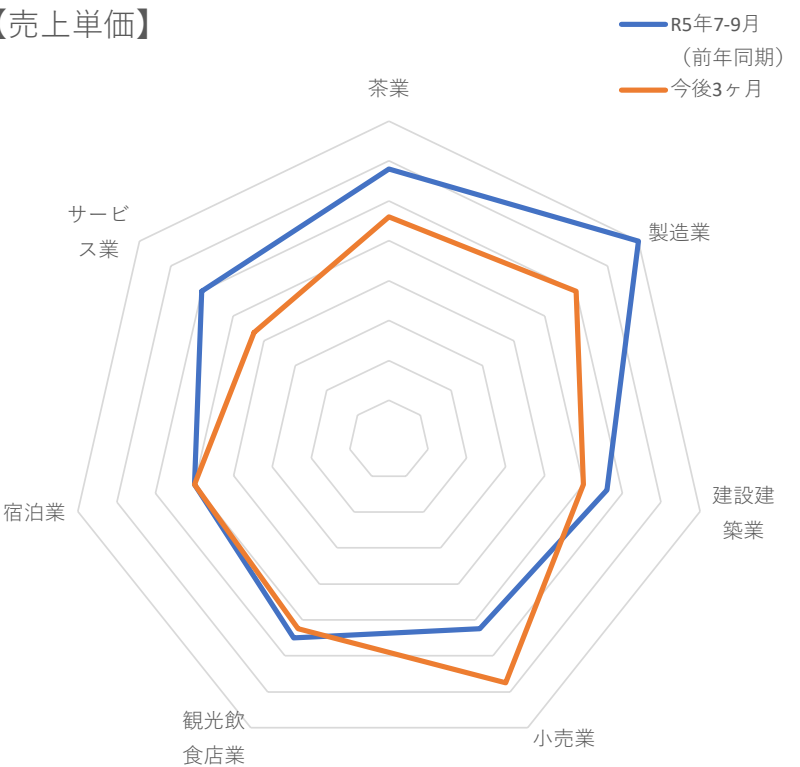


【販売数量】

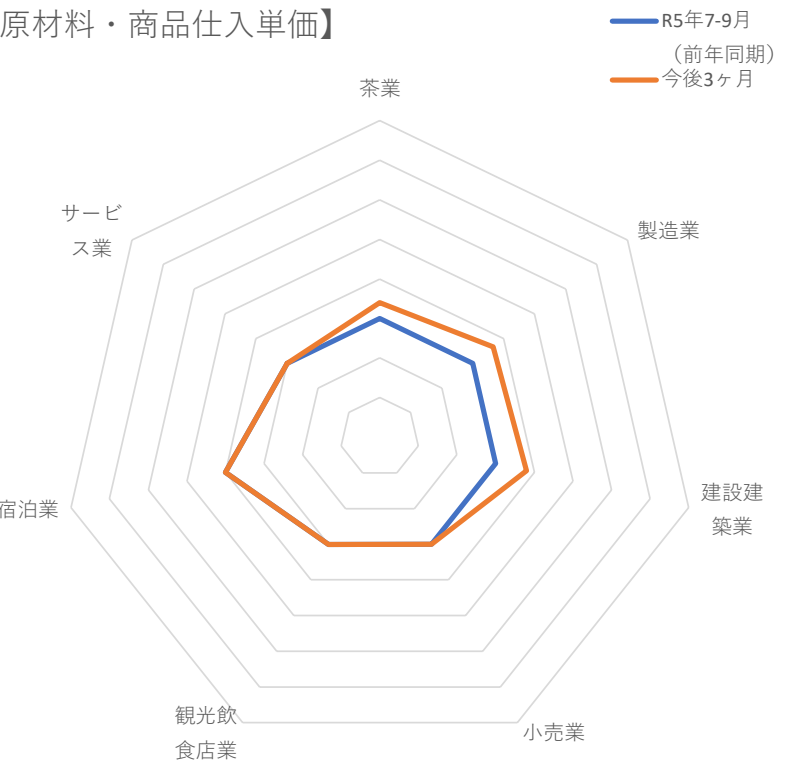


売上は、茶業、観光飲食業、宿泊業、サービス業は減少となり、小売業は増加となった。
販売数量は、製造業、小売業が増加し、その他は減少となった。

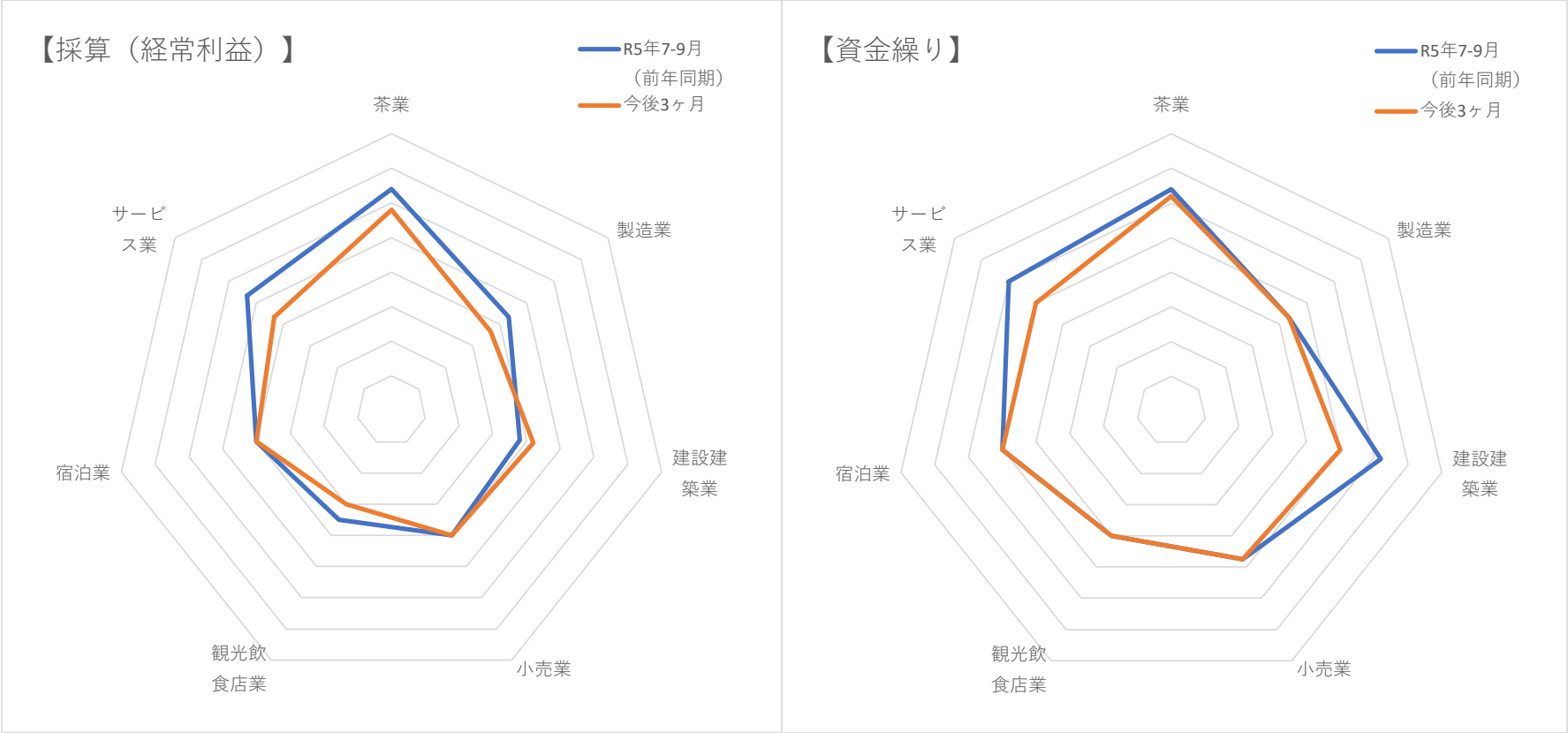
【売上単価】



【原材料・商品仕入単価】

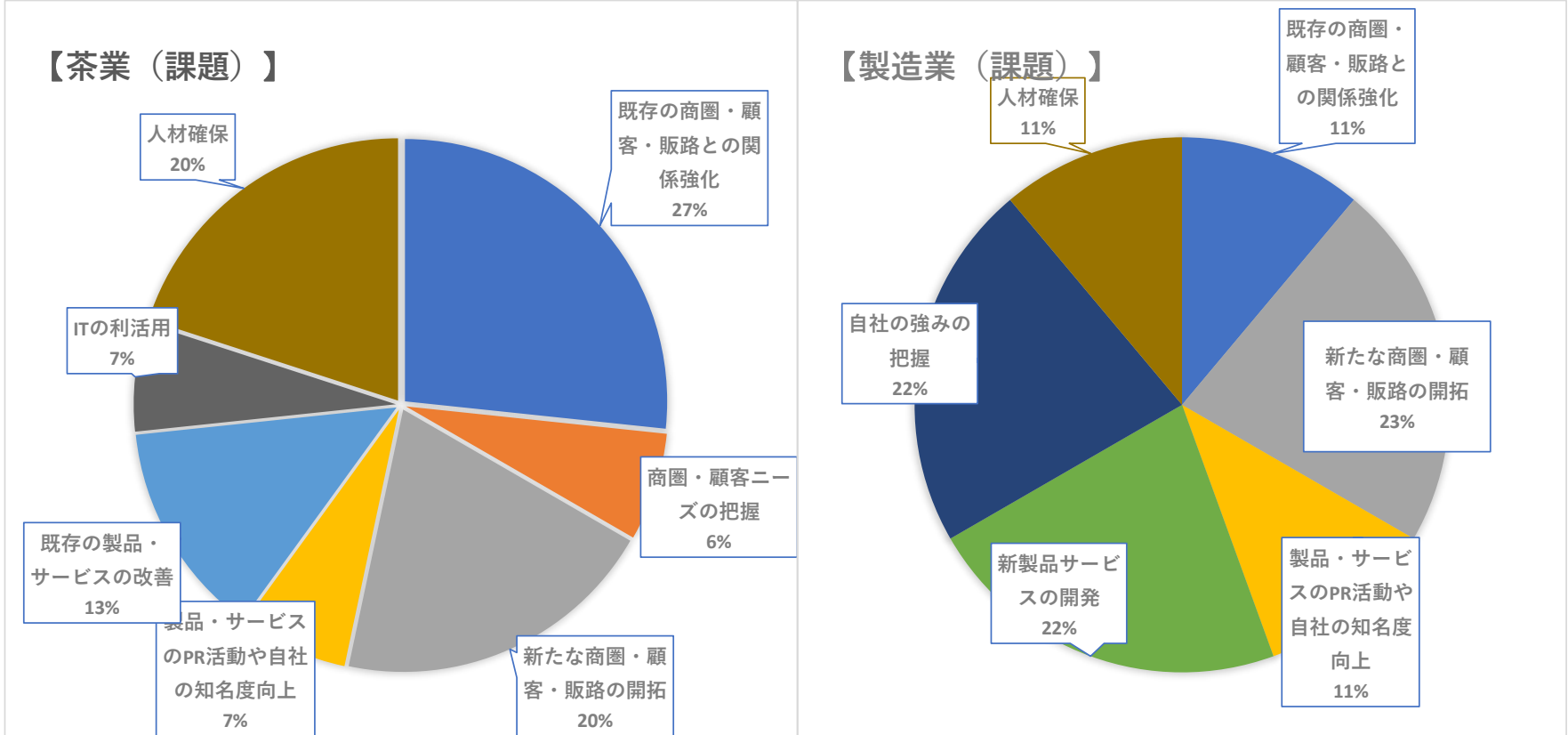


売上単価は、小売業、サービス業が増加し、茶業、建設建築業、観光飲食業、宿泊業が減少となった。
原材料・商品仕入単価は、観光飲食店業は横ばいとなり、それ以外はすべて増加となった。

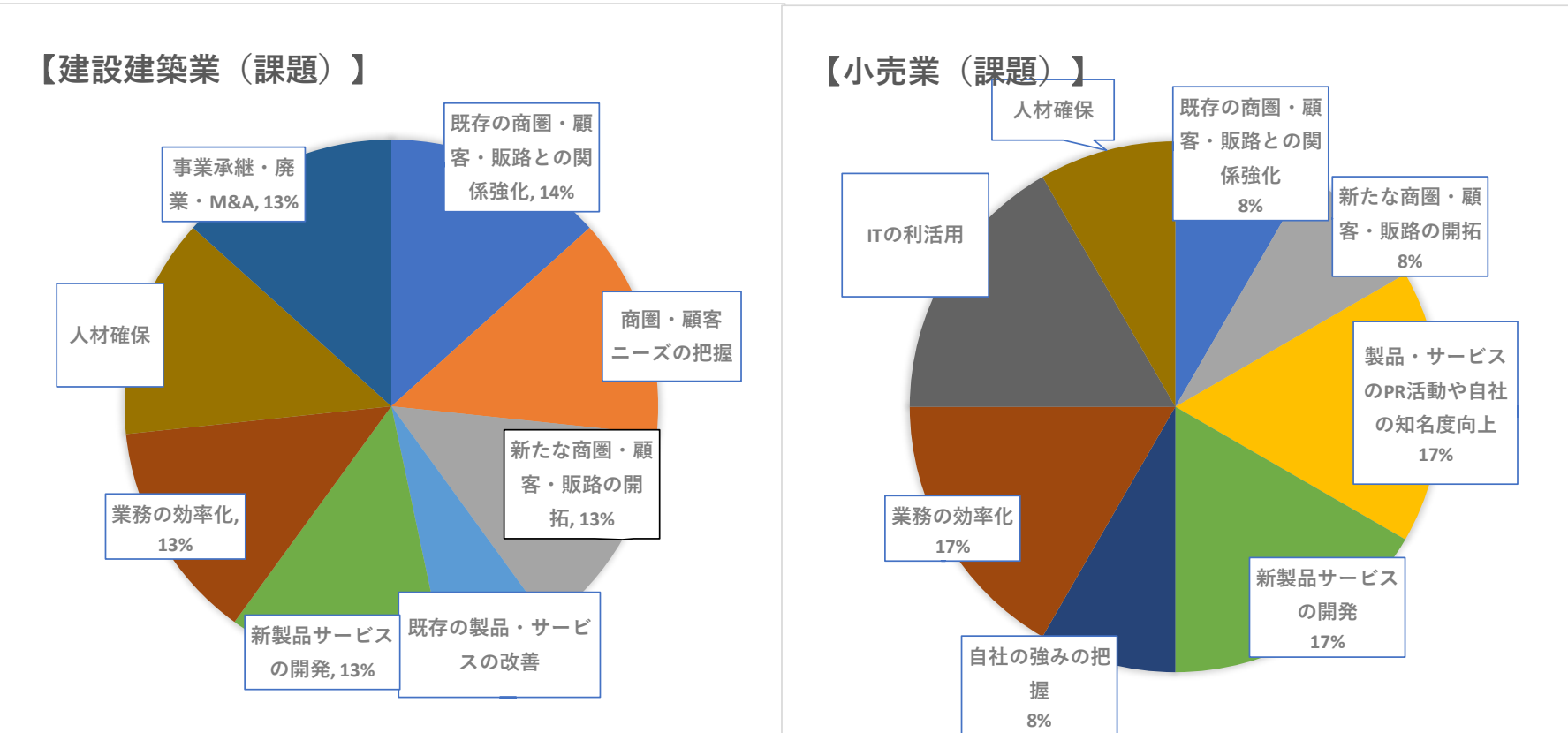


採算（経常利益）は、建設建築業は増加、小売業・宿泊業は不変、茶業・サービス業、製造業は減少となった。
資金繰りは、茶業、建設業、サービス業が悪化し、その他は横ばいとなった。

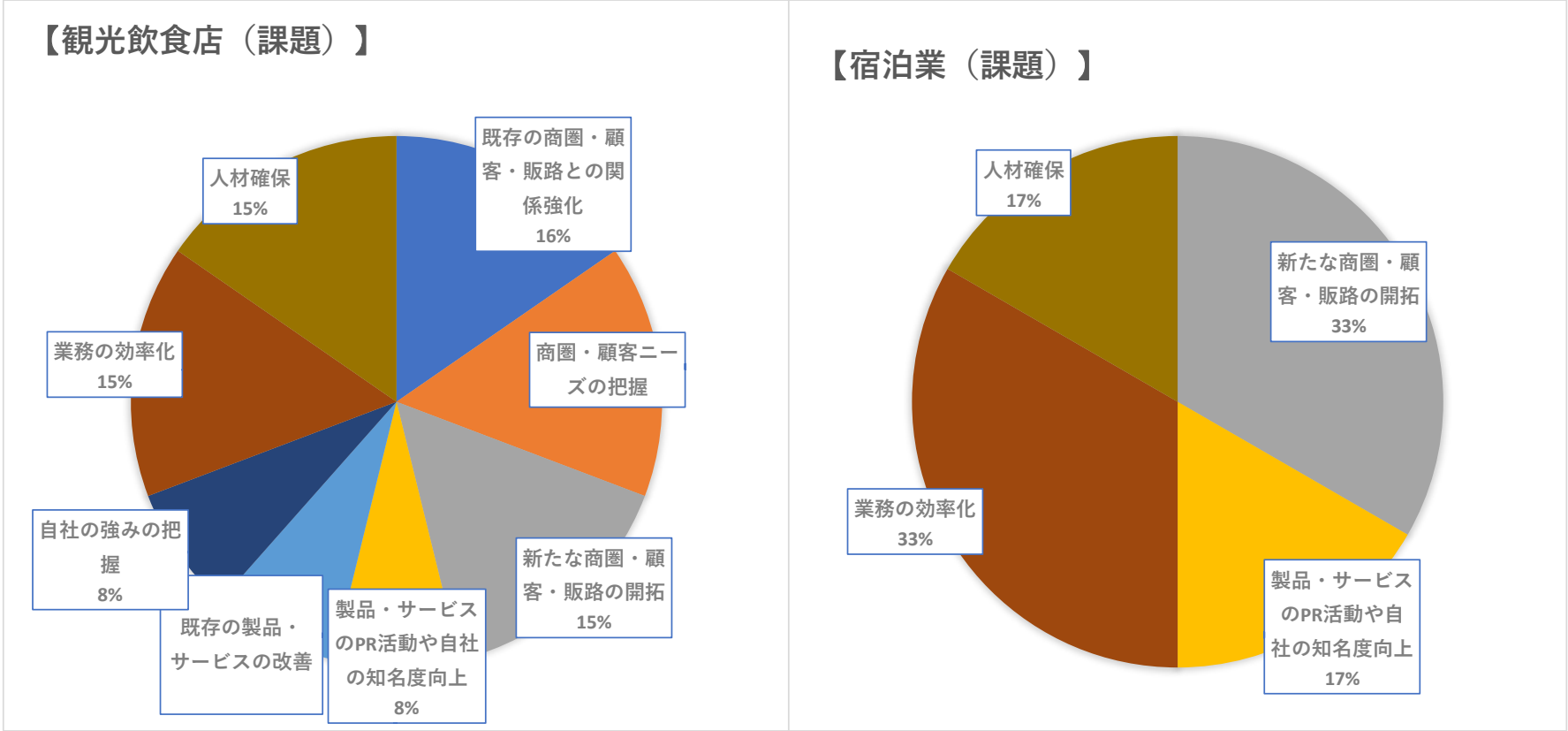
【現在の経営課題】



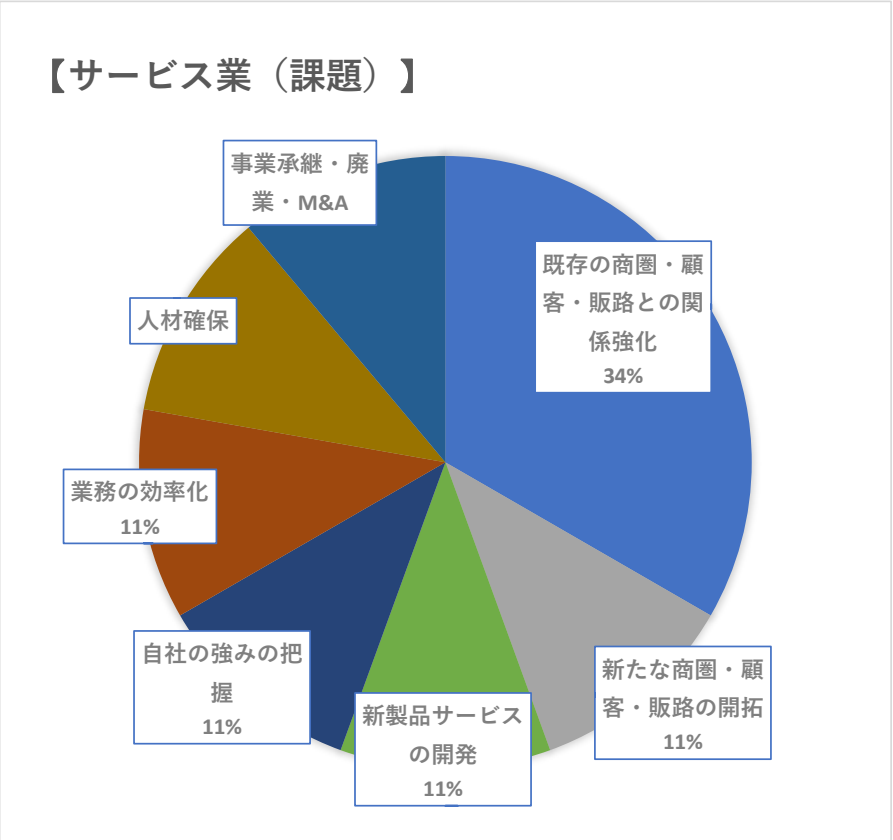
茶業の主な課題は、既存の商圏・顧客・販路との関係強化、続いて新たな商圏・顧客・販路の開拓、並びに材確保となった。
製造業の主な課題は、新たな商圏・顧客・販路の開拓、続いて、自社の強みの把握、並びに新瀬品サービスの開発となった。



建設建築業の主な課題は、ほぼ横並びで顧客・販路との関係強化、人材確保、事業承継、業務の効率化等、となった。
小売業の主な課題は、主に製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上、新製品サービスの開発、業務効率化、ITの利活用となった。

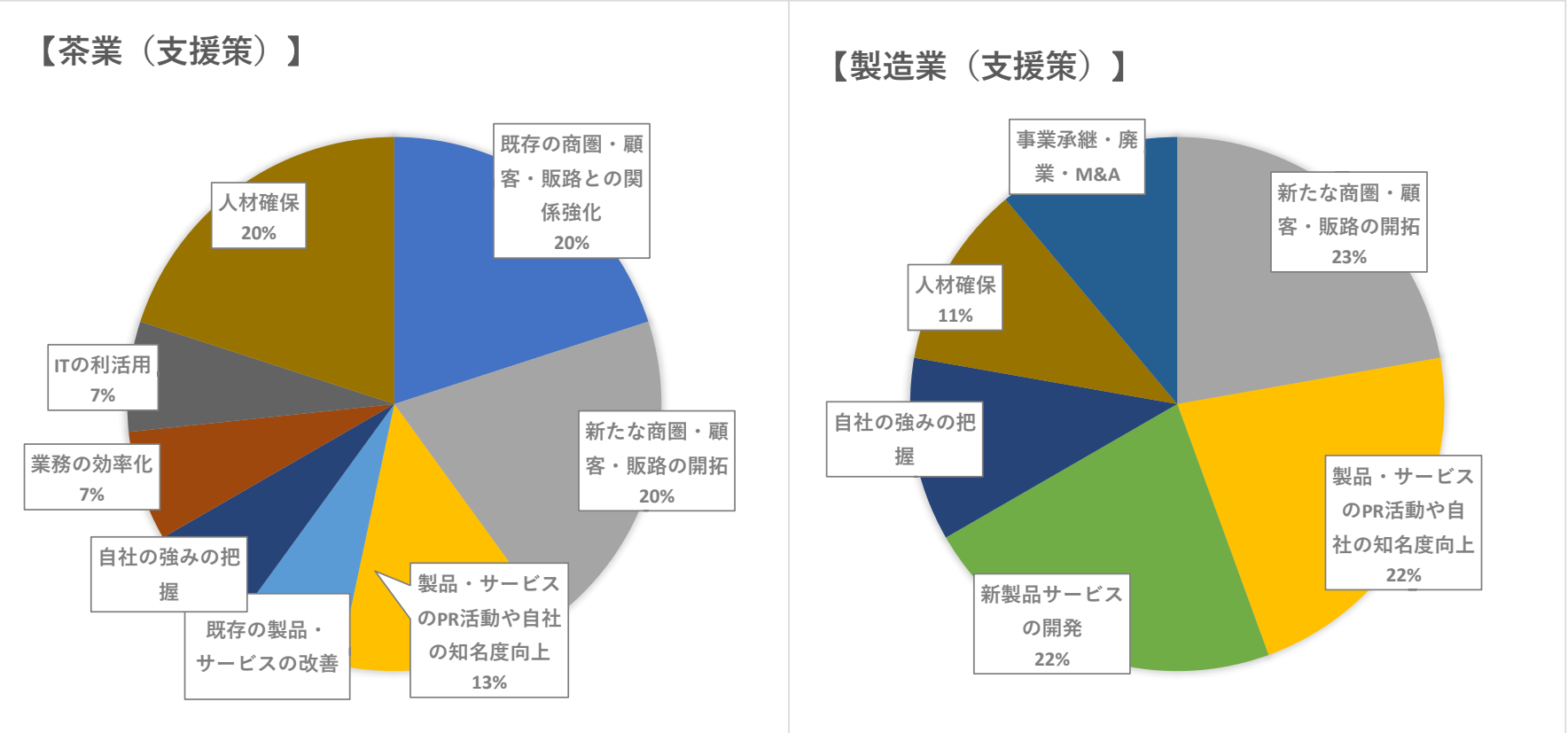


観光飲食店業の主な課題は、既存の商圏・顧客・販路との関係強化、続いて新たな商圏・顧客・販路の開拓、人材確保、業務効率化が同率で続いた。宿泊業の主な課題は、新たな商圏・顧客・販路の開拓および業務効率化、続いて、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上、人材確保であった。となった。

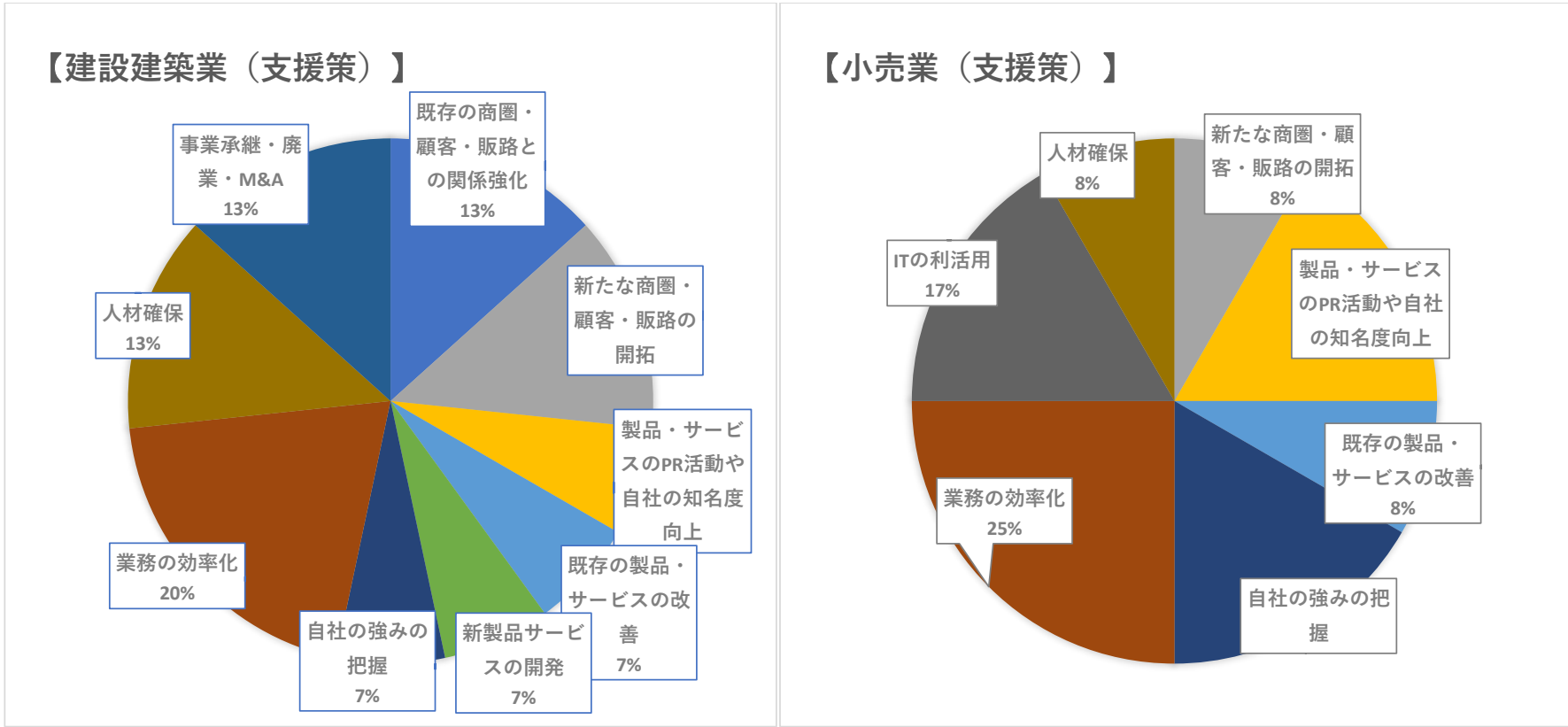


サービス業の主な課題は、主に既存の商圏・顧客・販路との関係強化であり、他の課題はほぼ同率であった。

【求める支援策】

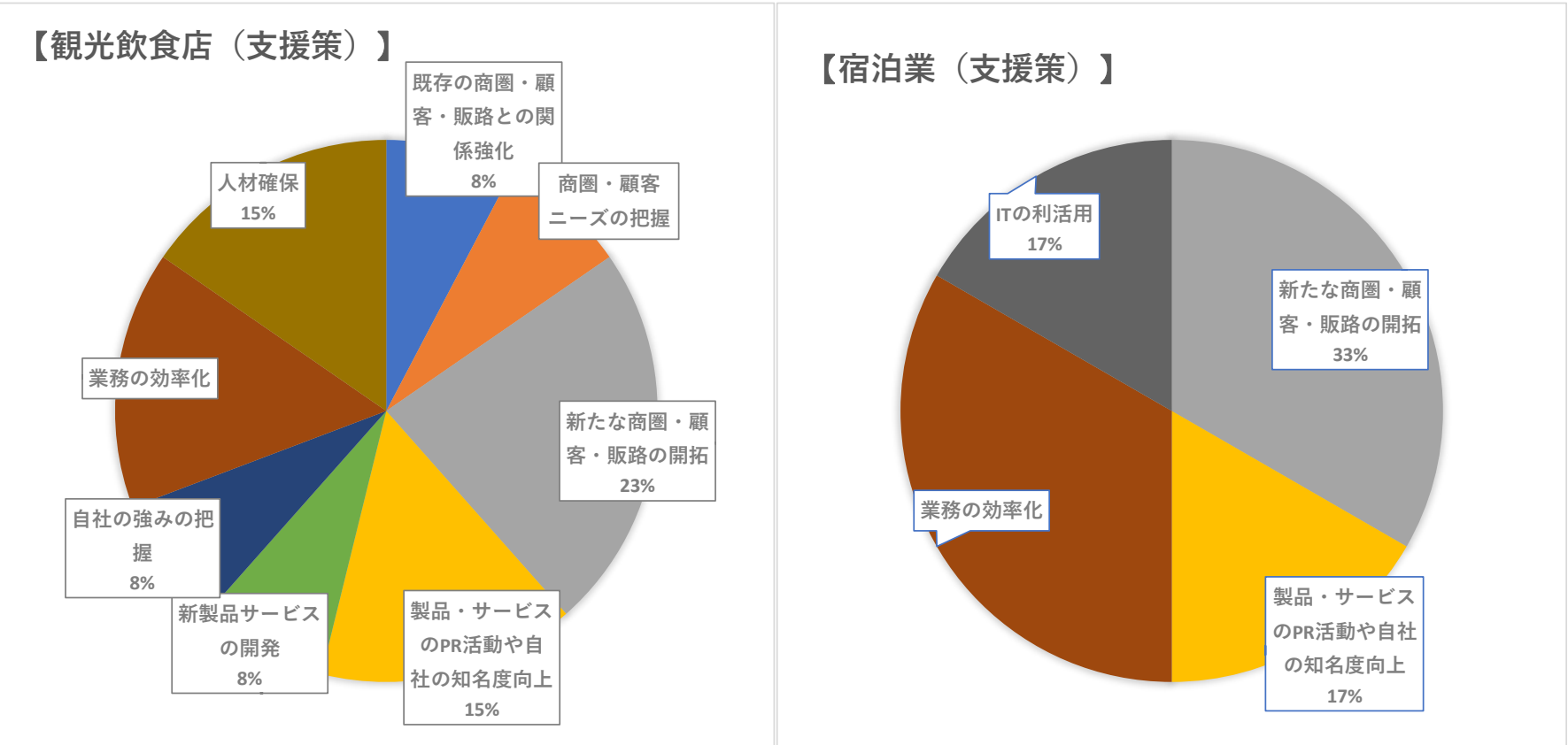


茶業が求める主な支援策は、新たな商圏・顧客・販路の開拓、既存の商圏・顧客・販路との関係強化、人材確保となった。製造業が求める主な支援策は、新たな商圏・顧客販路開拓、製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上、新製品サービスの開発となった。



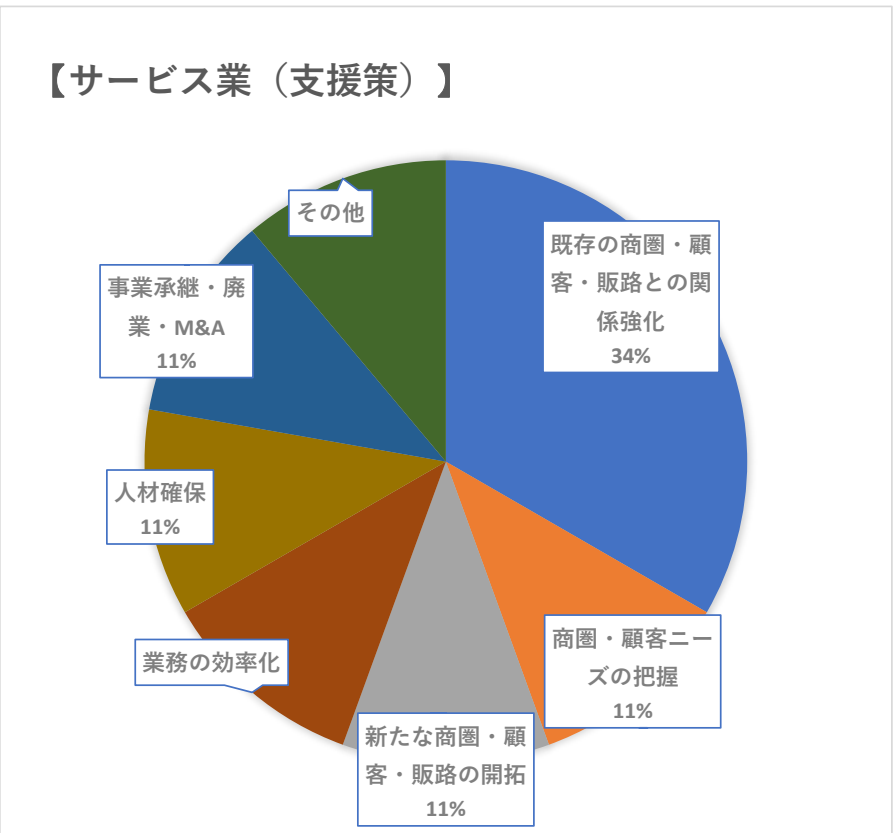
建設建築業が求める支援策は、業務の効率化、続いて事業承継、人材確保、既存の商圏・顧客・販路との関係強化となった。

小売業が求める支援策は、業務の効率化、続いて製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上、自社の強みの把握、ITの利活用となった。



観光飲食店が求める主な支援策は、新たな商圏・顧客・販路の開拓、続いて人材確保ならびに製品・サービスのPR活動や自社の知名度向上となった。

宿泊業が求める主な支援策は、主に新たな商圏・顧客・販路の開拓および業務の効率化となった



サービス業が求める主な支援策は、既存の商圏・顧客・販路との関係強化となった。