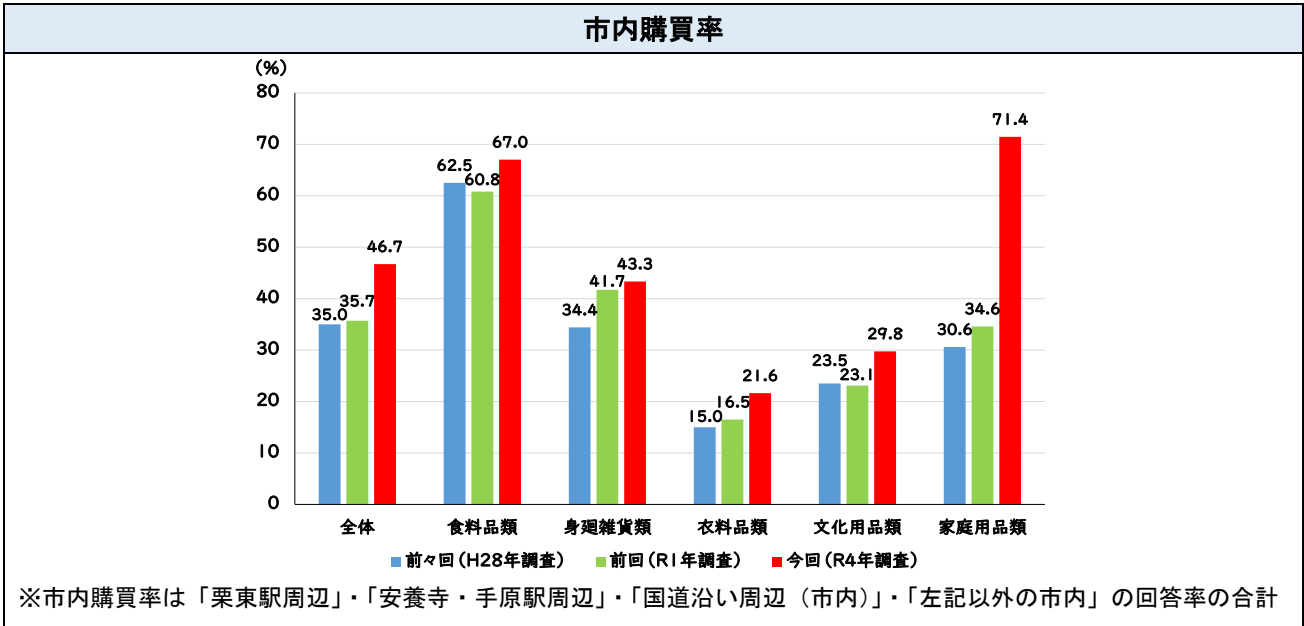


市民の消費ニーズに係るアンケート調査事業等の結果概要について

市民の消費ニーズに係るアンケート調査 調査結果（速報）概要

【調査概要】

- 調査対象 : 栗東市に居住する満 20 歳以上の市民 2,000 人（無作為抽出）
- 調査期間 : 令和 4 年 7 月 6 日～8 月 10 日 ●有効回答数 : 796 件（有効回答率 39.8%）



- ・市内購買率は「全体」で 46.7% となり、前回（35.7%）より 11.0 ポイント上昇した。
- ・内訳をみると、「家庭用品類」が 71.4% で最も高く、次いで「食料品類」（67.0%）、「身廻雑貨類」（43.3%）、「文化用品類」（29.8%）、「衣料品類」（21.6%）の順となった。
- ・過去調査と比較すると、「家庭用品類」の増加幅が突出して高い（36.8 ポイント上昇、34.6%→71.4%）。

学区別の市内購買率								学区別のプレミアム付商品券の利用									
	前回 (R1)		今回 (R4)						0% 20% 40% 60% 80% 100%								
	全体	伸び率	全体	食料品類	身廻雑貨類	衣料品類	文化用品類	家庭用品類	全体 (n=770)	49.2	3.1	35.6	12.1				
金勝	34.3	4.8	39.1	64.4	35.2	11.1	25.3	58.7	38.2	3.9	43.4	14.5					
葉山	34.5	-1.1	33.4	56.7	29.3	9.7	13.1	59.0	44.8	0.0	39.7	15.5					
葉山東	37.5	13.8	51.3	76.3	49.3	25.0	28.0	77.6	50.6	6.5	35.1	7.8					
治田	34.9	8.0	42.9	65.8	39.5	14.2	29.8	65.5	47.8	6.1	33.0	13.0					
治田東	36.9	15.5	52.4	69.8	53.0	23.8	35.7	78.8	49.4	3.5	34.1	12.9					
治田西	31.0	15.0	46.0	62.1	42.1	25.8	30.9	69.1	51.0	1.0	38.8	9.2					
大宝	36.7	19.4	56.1	71.9	54.1	33.3	39.5	81.1	52.0	2.4	34.1	11.4					
大宝東	48.9	10.1	59.0	90.9	42.3	30.2	36.5	91.1	66.0	0.0	26.4	7.5					
大宝西	26.9	6.7	33.6	44.3	30.0	16.4	18.0	59.0	45.2	3.2	33.9	17.7					
									わからない (n=23)	47.8	0.0	39.1	13.0				

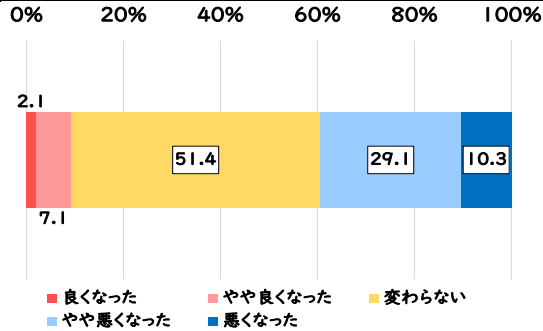
※学区不明の回答は表示しない

- ・市内購買率を学区ごとにみると、購買率が最も高いのは「大宝東」（59.0%）で、次いで「大宝」（56.1%）、「治田東」（52.4%）。購買率全体で上昇幅の高かった「家庭用品類」は、新しく開店したドラッグストアや大型ホームセンターの近隣学区である「大宝東」や「大宝」で特に高くなった（順に 91.1%、81.1%）。
- ・プレミアム付商品券の利用を学区ごとにみると、「応募・利用したことがある」が最も高いのは「大宝東」（66.0%）で、次いで「大宝」（52.0%）、「治田西」（51.0%）、「葉山東」（50.6%）。「食料品類」や「家庭用品類」の市内購買率の高い学区で、比較的高い傾向にある。

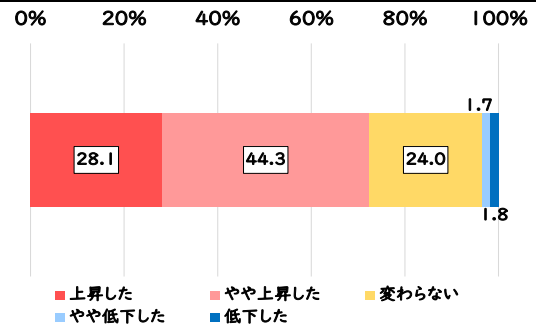
主に買物する店の推移 (R1 調査との比較)

	近所の個人商店・スーパー		大型スーパー		大型専門店・百貨店		ドラッグ・コンビニ		ネット通販		その他	
	R1	R4	R1	R4	R1	R4	R1	R4	R1	R4	R1	R4
食料品類	36	41	51	46	7	2	—	9	1	1	4	2
見廻雑貨類	17	6	42	37	26	19	—	24	8	12	6	2
衣料品類	7	6	48	45	34	33	—	0	8	12	3	4
文化用品類	8	5	31	25	47	46	—	1	10	18	5	6
家庭用品類	12	17	42	30	35	4	—	44	7	2	4	3
全体	17	15	42	37	29	21	—	15	7	9	5	4

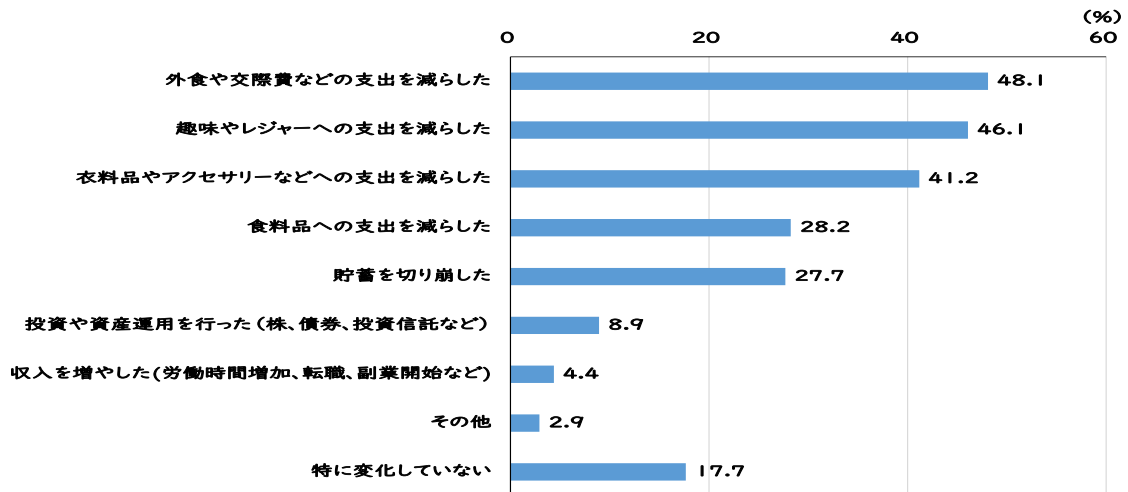
過去3年間での暮らし向きの変化



よく購入する品物の価格 (1年前対比)



物価の上昇による行動の変化



※回答は、よく購入する品物の価格が「上昇した」「やや上昇した」との回答者のみ

- ・前回調査と比較して、近所の個人商店・スーパーで食料品類及び家庭用品類を購入した割合が微増した。
- ・過去3年間での暮らし向きは「悪くなった」「やや悪くなった」の合計 (39.4%) が「良くなった」「やや良くなった」の合計 (9.2%) を 30.2 ポイント上回った。
- ・よく購入する品物の価格は、7割強 (72.4%) が「上昇した」「やや上昇した」と回答した。
- ・物価の上昇による行動の変化は、「外食や交際費などの支出を減らした」が5割弱 (48.1%) を占めて最も高く、次いで「趣味やレジャーへの支出を減らした」(46.1%)、「衣料品やアクセサリなどへの支出を減らした」(41.2%)。また、遊興費や嗜好品だけではなく、3割弱は「食料品への支出を減らした」(28.2%)、「貯蓄を切り崩した」(27.7%) と回答しており、物価上昇が日常生活にも影響がでていると考えられる。

空きテナント実態調査 調査結果（速報）概要

【調査概要】

- 調査内容 : 現地踏査、現地踏査情報の整理、不動産情報の整理
- 調査期間 : 令和4年7月～8月（現地踏査：令和4年7月20日、21日）
- 調査区域 : ①栗東駅周辺地区（面積：90.97ha）
 …（都）上鉤志那中線、（都）下鉤千代線、（都）大門野尻線、（都）二町播磨田線に囲まれた区域
 ②手原・安養寺地区（面積28.78ha）
 …安養寺地区地区計画区域および（都）手原駅新屋敷線沿道の商業地域（手原駅前）の区域

1. 空きテナント調査結果と前回との比較

区分		空きテナント数				空きテナント率		
		H28年	R01年	R04年	R06年目標	H28年	R01年	R04年
栗東駅 周辺地区	総数	66件	31件	27件	26件	21.9%	10.5%	8.8%
	店舗等	43件	18件	16件	—	19.5%	8.6%	7.4%
	事務所	23件	13件	11件	—	28.4%	15.1%	12.0%
手原・ 安養寺地区	総数	73件	73件	70件	62件	30.4%	29.9%	29.5%
	店舗等	30件	35件	33件	—	18.6%	22.9%	22.6%
	事務所	43件	38件	37件	—	54.4%	41.8%	40.6%

- 「栗東駅周辺地区」「手原・安養寺地区」ともに、空きテナント率は低下している（順に▲1.7ポイント、▲0.4ポイント）。しかしながら、依然として「手原・安養寺地区」は3割弱の空きテナント率であり、全国平均（13.6%、中小企業庁「令和3年度 商店街実態調査」）を大幅に上回っている。

2. 前回調査時と令和4年度調査における空きテナントの詳細比較

区分		R01 空きテナント数	R01年からの変化			新規 空きテナント (D)	R04年 空きテナント数 (A+D)
			前回から 変化なし (A)	新規入居 あり (B)	取壊し済 (C)		
栗東駅 周辺地区	総数	31件	24件	7件	0件	3件	27件
	店舗等	18件	13件	5件	0件	3件	16件
	事務所	13件	11件	2件	0件	0件	11件
手原・ 安養寺地区	総数	73件	63件	3件	7件	7件	70件
	店舗等	35件	28件	2件	4件	5件	33件
	事務所	38件	35件	1件	3件	2件	37件

以上

市内事業者へのアンケート調査 調査結果（速報）概要

【調査概要】

- 調査対象 : 過去5か年に本市の助成制度を利用した市内事業者 800 者
- 調査期間 : 令和4年6月24日～7月20日 ●有効回答数 : 258 件（有効回答率 32.3%）

【回答者の属性】

事業形態	従業員数（パート含む常勤）
・法人 : 48.6% ・個人事業主 : 51.4%	・0人（なし） : 21.7% ・11～20人 : 8.5%
業種	・1～5人 : 51.9% ・21人以上 : 8.9%
・製造業 : 6.6% ・教育・学習支援業 : 2.3%	・6～10人 : 8.9%
・建設業 : 19.8% ・医療・福祉 : 4.7%	業歴
・卸売業 : 3.9% ・不動産業 : 3.9%	・1年未満 : 0.4%
・小売業 : 10.9% ・運輸業 : 3.5%	・1年以上～3年未満 : 10.9%
・飲食業・宿泊業 : 15.9% ・情報通信業 : 0.8%	・3年以上～5年未満 : 7.4%
・理容・美容業 : 3.5% ・その他のサービス業 : 20.9%	・5年以上～10年未満 : 14.0%
資本金	・10年以上～20年未満 : 19.8%
・500万円以下、個人事業主 : 71.0%	・20年以上 : 47.7%
・500万円超～1,000万円以下 : 14.3%	経営者の年代
・1,000万円超～5,000万円以下 : 13.1%	・30歳未満 : 0.8% ・50歳代 : 28.7%
・5,000万円超 : 1.6%	・30歳代 : 5.0% ・60歳代 : 23.3%
	・40歳代 : 26.0% ・70歳以上 : 16.3%
<ul style="list-style-type: none"> ・業種は、「その他のサービス業」や「建設業」が2割程度で他と比べて高い。 ・資本金は、「500万円以下、個人事業主」が7割を占め、従業員数は「1～5人」が過半数を占めた。 	

【アンケート結果】

	3年前（コロナ前）同期比	1年前（コロナ禍）同期比
売上高	・大幅増加 : 2.6% ・やや減少 : 24.3%	・大幅増加 : 2.0% ・やや減少 : 30.2%
	・やや増加 : 14.0% ・大幅減少 : 38.7%	・やや増加 : 17.3% ・大幅減少 : 20.6%
	・横ばい : 20.4%	・横ばい : 29.8%
営業利益	・大幅増加 : 3.8% ・やや減少 : 25.8%	・大幅増加 : 2.4% ・やや減少 : 34.0%
	・やや増加 : 9.7% ・大幅減少 : 41.1%	・やや増加 : 12.6% ・大幅減少 : 23.7%
	・横ばい : 19.5%	・横ばい : 27.3%
原材料・仕入等の価格	・高騰 : 58.2% ・横ばい : 39.1% ・低落 : 2.7%	・高騰 : 69.0% ・横ばい : 28.5% ・低落 : 2.5%
原材料・仕入等の調達スケジュール	・短縮 : 1.9% ・不変 : 61.9% ・遅延 : 36.2%	・短縮 : 3.4% ・不変 : 56.9% ・遅延 : 39.7%
販路拡大・製品等の宣伝機会	・増加 : 7.0% ・不変 : 58.1% ・減少 : 34.9%	・増加 : 8.4% ・不変 : 57.8% ・減少 : 33.8%
資金繰り	・改善 : 4.5% ・横ばい : 57.7% ・悪化 : 37.8%	・改善 : 4.9% ・横ばい : 58.8% ・悪化 : 36.3%
設備投資額	・増加 : 14.2% ・横ばい : 52.5% ・減少 : 33.3%	・増加 : 11.6% ・横ばい : 55.2% ・減少 : 33.2%
<ul style="list-style-type: none"> ・売上高、営業利益は、半数以上の事業者で「やや減少」または「大幅減少」が続いている。 ・原材料・仕入は、1年前同期比で、価格の「高騰」が7割、調達スケジュールの「遅延」が4割。 ・宣伝機会、資金繰り、設備投資は、「減少」「悪化」が3～4割程度。 		

現在の経営上の不安や課題（複数回答）	特に今後取り組みたい経営課題（3つまで）
<ul style="list-style-type: none"> ・売上・受注の停滞、減少：59.6% ・原材料や仕入価格等の高騰：56.8% ・新規顧客の開拓：44.4% ・人材の確保（人手不足）・育成：37.6% ・資金調達・資金繰りの改善：22.8% など 	<ul style="list-style-type: none"> ・売上・受注の停滞、減少：50.2% ・新規顧客の開拓：44.6% ・人材の確保（人手不足）・育成：33.3% ・新分野進出や新しい収益源の確保：24.9% ・原材料や仕入価格等の高騰：24.1% など
<p>・経営上の不安や課題のなかで、特に今後取り組みたい経営課題は、「売上・受注の停滞、減少」（50.2%）や「新規顧客の開拓」（44.6%）、「人材の確保（人手不足）・育成」（33.3%）が高い。</p>	

栗東市内で事業を行うことの利点（メリット）・問題点（デメリット）（複数回答）			
利点（メリット）	<ul style="list-style-type: none"> ・交通の便が良い：46.6% ・近隣に取引先が多い：19.5% ・人口増加地域である：15.1% など 	問題点（デメリット）	<ul style="list-style-type: none"> ・若年世代の市外流出が多い：18.0% ・競合他社が多い：15.5% ・市の支援制度が充実していない：14.2% など
<p>・利点（メリット）は、「交通の便が良い」が5割弱で突出している（46.6%）。</p> <p>・問題点（デメリット）は、「若年世代の市外流出が多い」（18.0%）や「競合他社が多い」（15.5%）など。</p>			

栗東市内での事業継続意向	
<ul style="list-style-type: none"> ・当面は「市内の現在の場所」で事業を続けたい：89.5% ・「市内の別の場所」に移転したい：2.8% 	<ul style="list-style-type: none"> ・いずれは「市外」への移転を検討している：7.3% ・すぐにも「市外」への移転を検討している：0.4%
<p>・当面は『市内の現在の場所』で事業を続けたい（89.5%）と『市内の別の場所』に移転したい（2.8%）を合わせた【『市内』での事業継続意向】は9割強（92.3%）。</p>	

栗東市の事業者支援制度利用状況			
セーフティネット資金利子補給金交付制度	・利用した：34.9%	・利用していない：57.3%	・わからない：7.9%
中小企業等信用保証料助成金交付制度	・利用した：15.4%	・利用していない：73.9%	・わからない：10.7%
空き店舗等活用促進事業補助金制度	・利用した：1.8%	・利用していない：92.5%	・わからない：5.7%
小規模事業者持続化補助金交付制度	・利用した：35.0%	・利用していない：53.3%	・わからない：11.7%
創業支援融資利子補給金制度	・利用した：6.7%	・利用していない：83.9%	・わからない：9.4%
りっとう元気アップ応援券取扱店給付金	・利用した：36.1%	・利用していない：55.9%	・わからない：8.0%
事業継続応援支援金	・利用した：51.6%	・利用していない：37.5%	・わからない：10.9%

支援制度を知った場所・方法（複数回答）	
<ul style="list-style-type: none"> ・商工会：57.6% ・金融機関：26.5% ・税理士等の専門職：21.2% ・市（広報紙・HP等）：20.8% など 	<p>・市の支援制度で「利用した」割合が最も高いのは、「事業継続応援支援金」（51.6%）。次いで「りっとう元気アップ応援券取扱店給付金」（36.1%）、「小規模事業者持続化補助金交付制度」（35.0%）、「セーフティネット資金利子補給金交付制度」（34.9%）。</p> <p>・支援制度を知った場所・方法は、「商工会」が6割弱（57.6%）で突出して高い。「金融機関」「税理士等の専門職」「市（広報紙・HP等）」は2～3割。</p>

利用した支援制度の分かりやすさ	利用した支援制度の役立ち度
<ul style="list-style-type: none"> ・全て分かりやすかった：25.6% ・分かりやすい制度が多かったが、分かりにくいものもあった：37.6% ・分かりやすい制度があったが、分かりにくいものがあった：29.3% ・全て分かりにくかった：7.4% 	<ul style="list-style-type: none"> ・大変役に立った：25.5% ・役に立った：54.8% ・どちらともいえない：13.4% ・あまり役に立たなかった：4.6% ・全く役に立たなかった：1.7%

- ・ 支援制度の分かりやすさは、「全て分かりやすかった」(25.6%)と「分かりやすい制度が多かったが、分かりにくいものもあった」(37.6%)を合わせた【比較的分かりやすい】が6割強(63.2%)。
- ・ 利用した支援制度の役立ち度は、「大変役に立った」と「役に立った」で8割(80.3%)。

利用した支援制度の満足度	
補助金額	・ 満足：23.3% ・ やや満足：23.7% ・ 普通：31.8% ・ やや不満：14.8% ・ 不満：6.4%
補助期間	・ 満足：23.1% ・ やや満足：16.2% ・ 普通：44.4% ・ やや不満：12.0% ・ 不満：4.3%
申請・給付手続き	・ 満足：19.8% ・ やや満足：16.0% ・ 普通：48.9% ・ やや不満：11.4% ・ 不満：3.8%
「申請・給付手続き」の不満理由(複数回答)	
・ 提出書類の量が多い	: 71.4%
・ 提出書類の準備が難しい	: 48.6%
・ 手続きが郵送・持参のみで、オンライン申請ができなかった	: 14.3%
・ 受付期間が短い	: 11.4%
・ その他	: 8.6%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 補助金額の満足度は、「満足」と「やや満足」で5割弱(47.0%)、「やや不満」と「不満」で2割強(21.2%)。 ・ 補助期間の満足度は、「満足」と「やや満足」で4割(39.3%)、「やや不満」と「不満」で2割弱(16.3%)。 ・ 申請・給付手続きの満足度は、「満足」と「やや満足」で35.8%、「やや不満」と「不満」で15.2%。 ・ 申請・給付手続きの不満理由は「提出書類の量が多い」が7割強で突出して高い(71.4%)。 	

事業承継状況	後継者候補との関係性
<ul style="list-style-type: none"> ・ 後継者が決まっており、その後継者に事業を承継する：15.9% ・ 後継者は決まっていないが、後継者候補はいる：14.9% ・ 後継者が決まっておらず候補もいないが、事業は継続したい：16.7% ・ 後継者がいないため、第三者への事業譲渡(M&Aなど)を考えている：2.8% ・ 事業承継はまだ必要ではなく、現状を維持したい：36.3% ・ 事業承継を希望しておらず、廃業を予定している：13.5% 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 経営者の子：67.5% ・ 経営者の親族(子以外)：6.5% ・ 役員・従業員(経営者の子・親族以外)：24.7% ・ 社外からの登用：1.3% ・ その他：0.0%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業承継状況は、「事業承継はまだ必要ではなく、現状を維持したい」が4割弱。 ・ 経営者候補との関係性は、「経営者の子」(67.5%)と「経営者の親族(子以外)」(6.5%)で7割強(74.0%)。 <p>※後継者不在率 全国 61.5%、滋賀県 64.3%</p> <p>企業信用調査機関【全国企業「後継者不在率」動向調査(2021年)】の参考情報</p>	

国・県・市や支援機関などに期待する支援策(3つまで)	情報発信サービスの利用意向
<ul style="list-style-type: none"> ・ 支援制度の情報提供：47.7% ・ 低利融資などの金融支援：44.8% ・ 設備投資や販路開拓支援：43.6% ・ プレミアム付商品券などの経済活性化策：26.1% ・ 従業員休業等に伴う補償：15.8% など 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 利用したい：27.5% ・ メールであれば利用したい：36.7% ・ アプリであれば利用したい：22.7% ・ 利用したくない：8.0% ・ その他：5.2%
<ul style="list-style-type: none"> ・ 期待する支援策は、「支援制度の情報提供」が5割弱、「低利融資などの金融支援」と「設備投資や販路開拓支援」が4割強。 ・ 情報発信サービスの利用意向は、「利用したい」「メールであれば利用したい」「アプリであれば利用したい」で9割弱(86.9%)。 	

事業者ヒアリング結果

- ヒアリング対象 : アンケート回答者から 10 者
- ヒアリング期間 : 令和 4 年 8 月 1 日～ 8 月 10 日

新型コロナの影響について

- ・【製造業】コロナ禍では一時的に生産が止まったが、製造期間が長いため、通期での影響は軽微。逆にコロナ禍で出張や交際費などの経費が減少している。また、これまでは売上代金を完成時に受領していたが、コロナ禍では中間金の支払を了承してもらえるケースもでてきている。
- ・【建設業】コロナ禍では対面型のイベントが減ったため、SNS 戦略が売上を大きく左右している。
- ・【小売業】納品先の飲食店が販売不振になったため売上が落ち込んだ。主力商品は消費サイクルが長いいため、一旦消費が落ち込むと売上減少が長く続いてしまう。
- ・【飲食業・宿泊業】コロナ前までは大企業の宴会需要もあったが、コロナ禍では大企業ほど社内での行動制限が厳しいため、貸し切りの宴会需要はほとんどない。逆にコロナ禍ではテイクアウト特需があった。
- ・【理容・美容業】コロナの流行やクラスターの拡大状況により、業務の繁閑差が激しい。
- ・【教育・学習支援業】コロナ禍では、リアルとオンラインのハイブリッドでサービスを提供しているが、オンラインでは直接利用者と触れ合えずに苦労している。
- ・【医療・福祉】コロナ禍では急なキャンセルが多発しているが、受け入れできる数に限りがあるため、結果的に売上減少につながっている。
- ・【運輸業】世界的な部品不足の影響が広範囲に及んでおり、業務の繁閑差が激しい。
- ・【その他】コロナ禍では学校行事が中止となった影響が大きく、減収減益となった。

原材料・仕入価格高騰、物価高の影響について

- ・【製造業】半導体不足の影響が回りまわって、部品不足や部品の値上がりにつながっている。販売価格への値上げは取引先からも理解を得られており、引き続き価格転嫁を進めていく。
- ・【建設業】ウッドショックの影響で売上は徐々に減少しており、まだ下げ止まっていない。材料費高騰の価格転嫁は十分ではなく、利益も減少している。仕入の遅延は致命的であり、例えば給湯器の半導体が 1 つでも調達できなければ、住宅は完成しない。
- ・【小売業】原材料や肥料の高騰で仕入コストは上昇している。競合他社はネット販売が多いため、消費者の価格比較が容易であり、価格転嫁が難しい。
- ・【飲食業・宿泊業】食材や光熱費の高騰が経費面を圧迫している。価格転嫁は行っていないが、メニューを改定して値上げを行うなどの対策を検討中である。鮮魚は外国産が大半であるため、為替相場や輸送コストの高騰の影響を強く受けている。
- ・【理容・美容業】車での移動が多くガソリン代高騰の影響は大きいですが、価格への転嫁はできていない。
- ・【教育・学習支援業】コロナ禍では換気が必要なため、冷暖房費が嵩み、経費は大幅に増加している。経費の大半は、家賃、人件費、電気代であり、いずれも抜本的な削減は難しい。
- ・【医療・福祉】動物のエサを海外から仕入しているが、高騰している。
- ・【運輸業】燃料費の高騰が一番の重要課題である。加えて、消耗品も値上がりしている。一部価格転嫁を実施したが、基本的に値上げ交渉は他社へ売上を奪われることに繋がるため、難しい。
- ・【その他】プリント印刷を外注しているが、外注費が値上がりしている。

以上