

事業者向けアンケート調査報告書

I. 調査の概要

調査対象…世羅町内の 692 事業者（農林水産業を含む）

調査時期…令和元年（2019 年）11 月～12 月

調査方法…記名アンケート方式

集計対象者数…52 事業者/回収率 7.5%（前回調査 192 事業者/回収率 27.2%）

※前回調査平成 26 年（2014 年）12 月～平成 27 年（2015 年）1 月

集計対象者の属性…下図のとおり

		(事業者、%)									
資本金規模別		0～300万円未満	300万円～500万円未満	500万円～1,000万円未満	1,000万円～3,000万円未満	3,000万円～1億円未満	1億円以上				
	今回調査	4(11.1)	11(30.6)	8(22.2)	7(19.4)	5(13.9)	1(2.8)				
	前回調査	27(21.1)	41(32.0)	23(18.0)	22(17.2)	10(7.8)	5(3.9)				
従業者規模別		0～1人	2～4人	5～9人	10～19人	20～29人	30人以上				
	今回調査	8(20.5)	9(23.1)	10(25.6)	3(7.7)	5(12.8)	4(10.3)				
	前回調査	31(20.4)	53(34.9)	28(18.4)	22(14.5)	9(5.9)	9(5.9)				
業種別		農林水産業	農業	耕種農業	畜産農業	その他農業	林業	漁業			
	今回調査	10(21.3)	10(21.3)	7(14.9)	2(4.3)	1(2.1)	0(0.0)	0(0.0)			
	前回調査	61(34.3)	58(32.6)	47(26.4)	8(4.5)	3(1.7)	2(1.1)	1(0.6)			
業種別		製造業	食料品・飲料	繊維・木材・家具	印刷	化学・プラスチック	窯業・土石	鉄鋼・非鉄・金属	機械	その他製造業	
	今回調査	9(19.1)	1(2.1)	2(4.3)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(2.1)	3(6.4)	2(4.3)	
	前回調査	22(12.4)	3(1.7)	3(1.7)	0(0.0)	0(0.0)	2(1.1)	3(1.7)	3(1.7)	8(4.5)	
業種別		建設	電力・ガス・水道業	電力・ガス・熱供給	水道	廃棄物処理	金融・保険・不動産業	金融・保険	不動産		
	今回調査	8(17.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)		
	前回調査	26(14.6)	4(2.2)	3(1.7)	0(0.0)	1(0.6)	4(2.2)	2(1.1)	2(1.1)		
業種別		商業	卸売業	各種商品卸売	食料品・飲料卸売	その他卸売	小売業	各種商品小売	食料品・飲料小売	その他小売	
	今回調査	7(14.9)	1(2.1)	1(2.1)	0(0.0)	0(0.0)	6(12.8)	5(10.6)	0(0.0)	1(2.1)	
	前回調査	31(17.4)	5(2.8)	2(1.1)	1(0.6)	2(1.1)	26(14.6)	20(11.2)	3(1.7)	3(1.7)	
業種別		運輸・通信業	運輸	情報サービス	通信						
	今回調査	3(6.4)	2(4.3)	1(2.1)	0(0.0)						
	前回調査	8(4.5)	5(2.8)	1(0.6)	2(1.1)						
業種別		サービス業	教育・研究	医療・保健・介護	その他公共サービス	その他対事業所サービ	洗濯・理容・美容・浴場	娯楽	飲食	宿泊	その他对个人サービス
	今回調査	10(21.3)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	1(2.1)	3(6.4)	0(0.0)	3(6.4)	1(2.1)	2(4.3)
	前回調査	22(12.4)	0(0.0)	1(0.6)	0(0.0)	2(1.1)	5(2.8)	1(0.6)	5(2.8)	0(0.0)	8(4.5)
地区別		甲山	宇津戸	中央	伊尾	東	大田	大見			
	今回調査	11(22.9)	2(4.2)	3(6.3)	2(4.2)	3(6.3)	11(22.9)	3(6.3)			
	前回調査	30(17.9)	6(3.6)	10(6.0)	8(4.8)	8(4.8)	36(21.4)	13(7.7)			
地区別		西大田	津久志	山福田	小国	津名	黒川				
	今回調査	6(12.5)	2(4.2)	0(0.0)	1(2.1)	1(2.1)	3(6.3)				
	前回調査	22(13.1)	5(3.0)	2(1.2)	20(11.9)	8(4.8)	0(0.0)				
事業所区分別		単独事業所	本社・本店	工場・店舗・農場・倉庫等							
	今回調査	44(88.0)	3(6.0)	3(6.0)							
	前回調査	141(81.5)	13(7.5)	19(11.0)							
事業内容別		製造・加工・処理	販売・営業	サービス	栽培・飼育	経営管理	物流	商品・技術開発	その他		
	今回調査	21(42.0)	20(40.0)	14(28.0)	11(22.0)	4(8.0)	2(4.0)	1(2.0)	0(0.0)		
	前回調査	46(28.4)	71(43.8)	32(19.8)	44(27.2)	19(11.7)	5(3.1)	8(4.9)	11(6.8)		

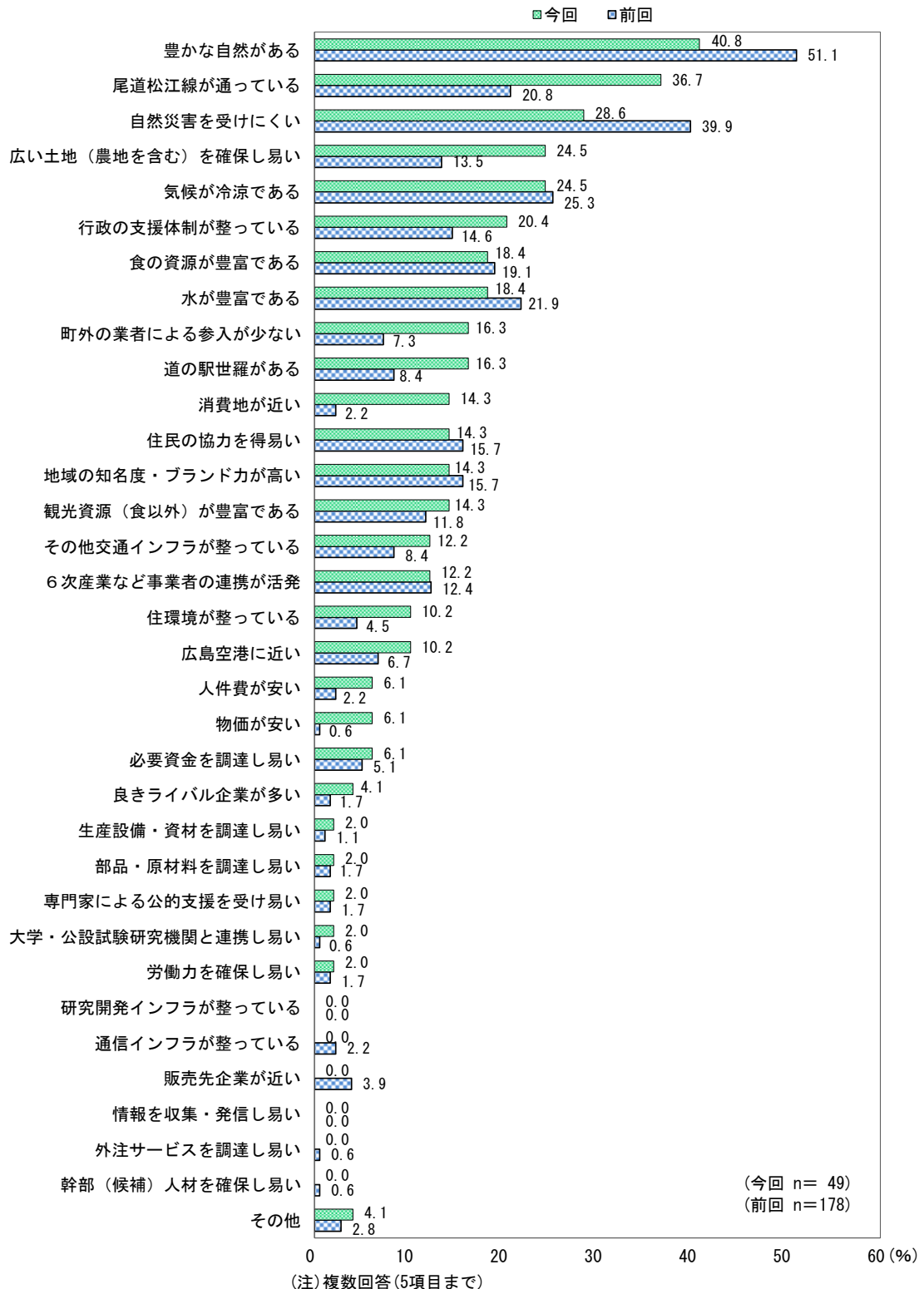
(注) 四捨五入の関係で構成比の合計が100.0%にならない場合がある。以下同様。

II. 調査結果

1. 自社を取り巻く経営環境

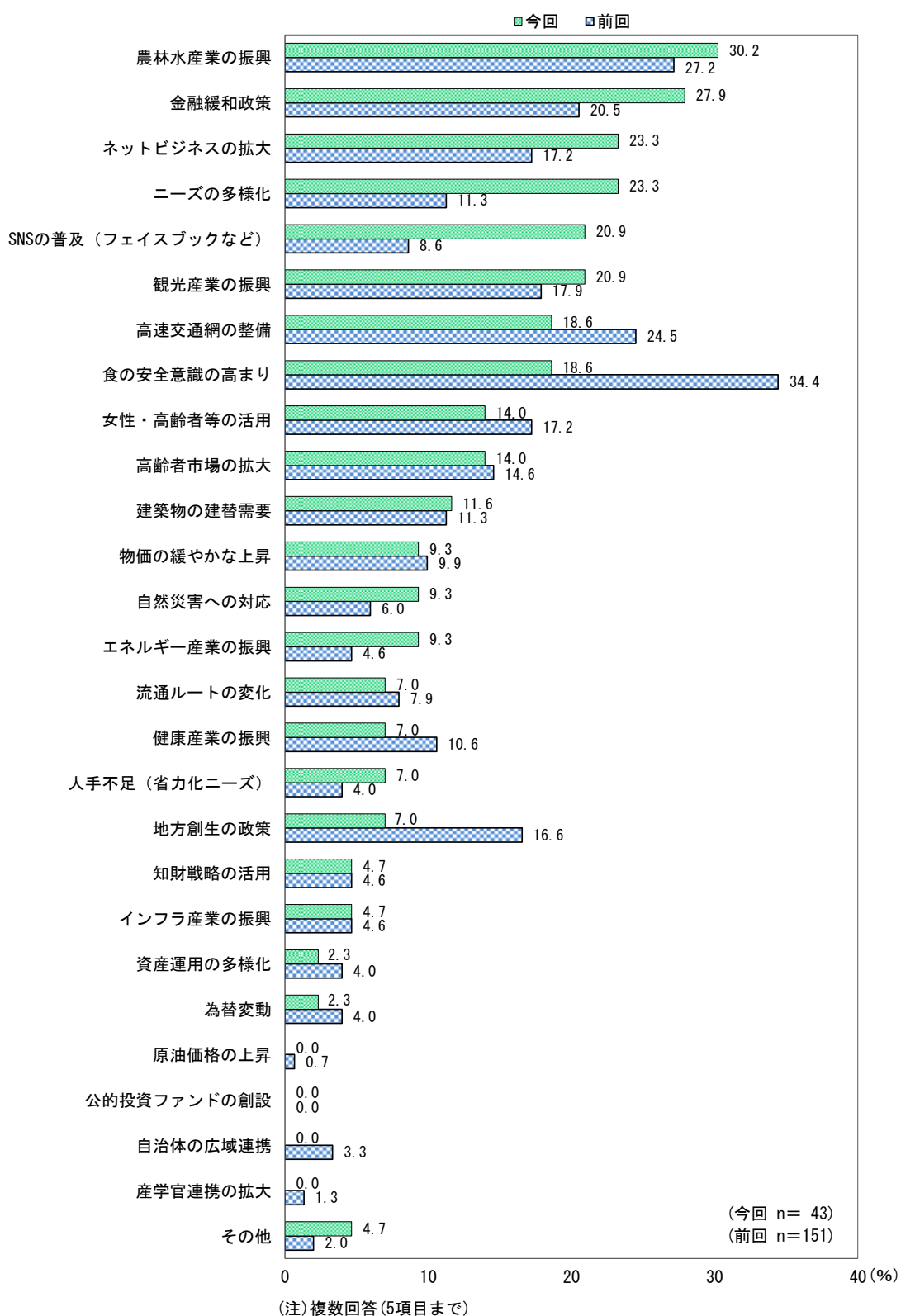
「産業振興における世羅町の強み」について尋ねたところ、「豊かな自然がある」が40.8%（前回調査比▲10.3%ポイント）と最も多く、次いで「尾道松江線が通っている」（36.7%、同+15.9%ポイント）、「自然災害を受けにくい」（28.6%、同▲11.3%ポイント）などの順となっている（図表1）。

図表1 産業振興における世羅町の強み



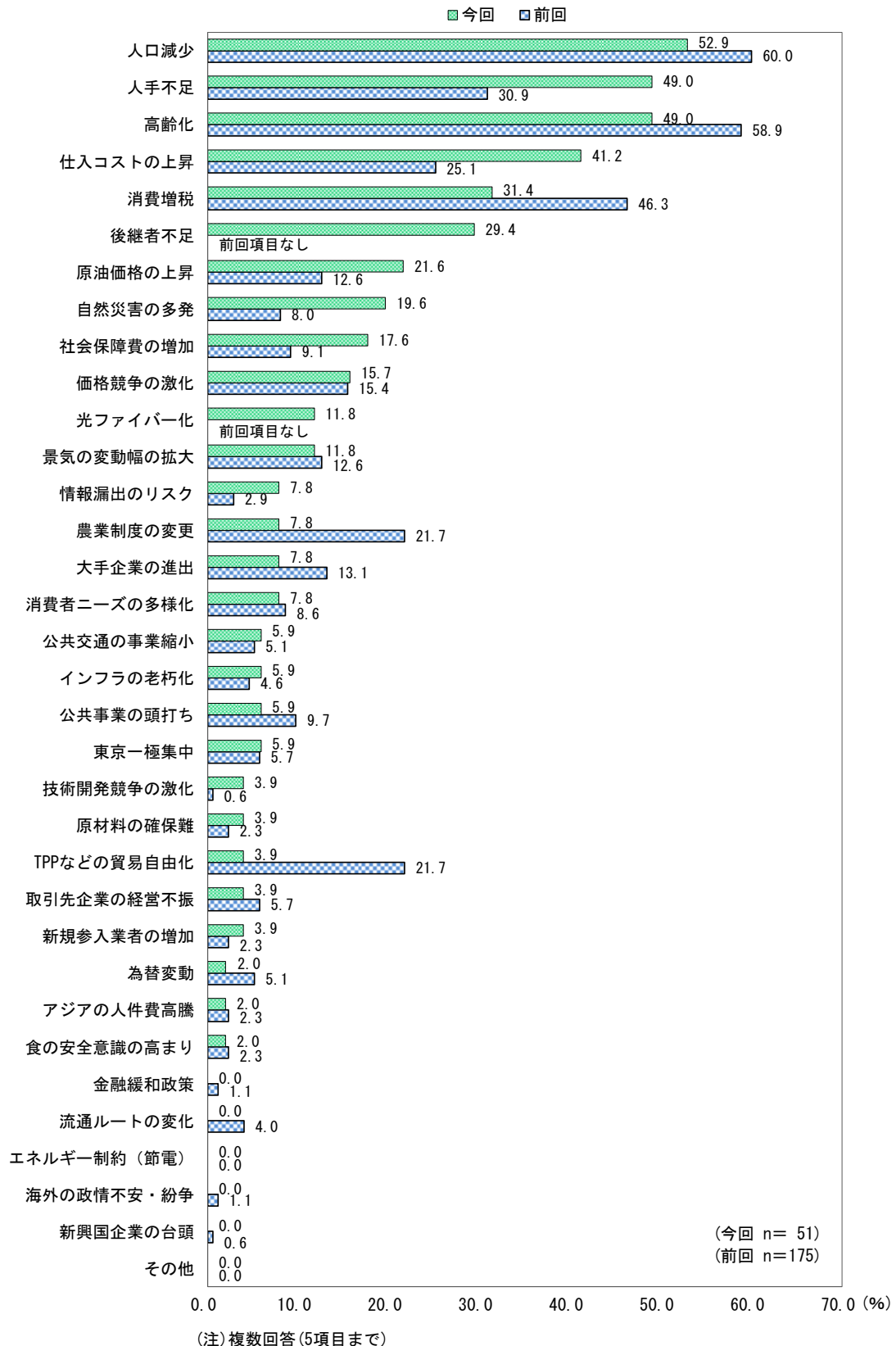
「自社・自事業所にとってのチャンス（メリット）と思われる経営環境」について尋ねたところ、「農林水産業の振興」が 30.2%（前回調査比+3.0%ポイント）と最も多く、次いで「金融緩和政策」（27.9%、同+7.4%ポイント）、「ネットビジネスの拡大」（23.3%、同+6.1%ポイント）、「ニーズの多様化」（23.3%、同+12.0%ポイント）などの順となっている（図表 2）。

図表 2 自社・自事業所にとってのチャンス（メリット）と思われる経営環境



「自社・自事業所にとってのリスク（デメリット）と思われる経営環境」について尋ねたところ、「人口減少」が52.9%（前回調査比▲7.1%ポイント）と最も多く、次いで「人手不足」（49.0%、同+18.1%ポイント）、「高齢化」（49.0%、同▲9.9%ポイント）、「仕入コストの上昇」（41.2%、同+16.1%ポイント）などの順となっている（図表3）。

図表3 自社・自事業所にとってのリスク（デメリット）と思われる経営環境

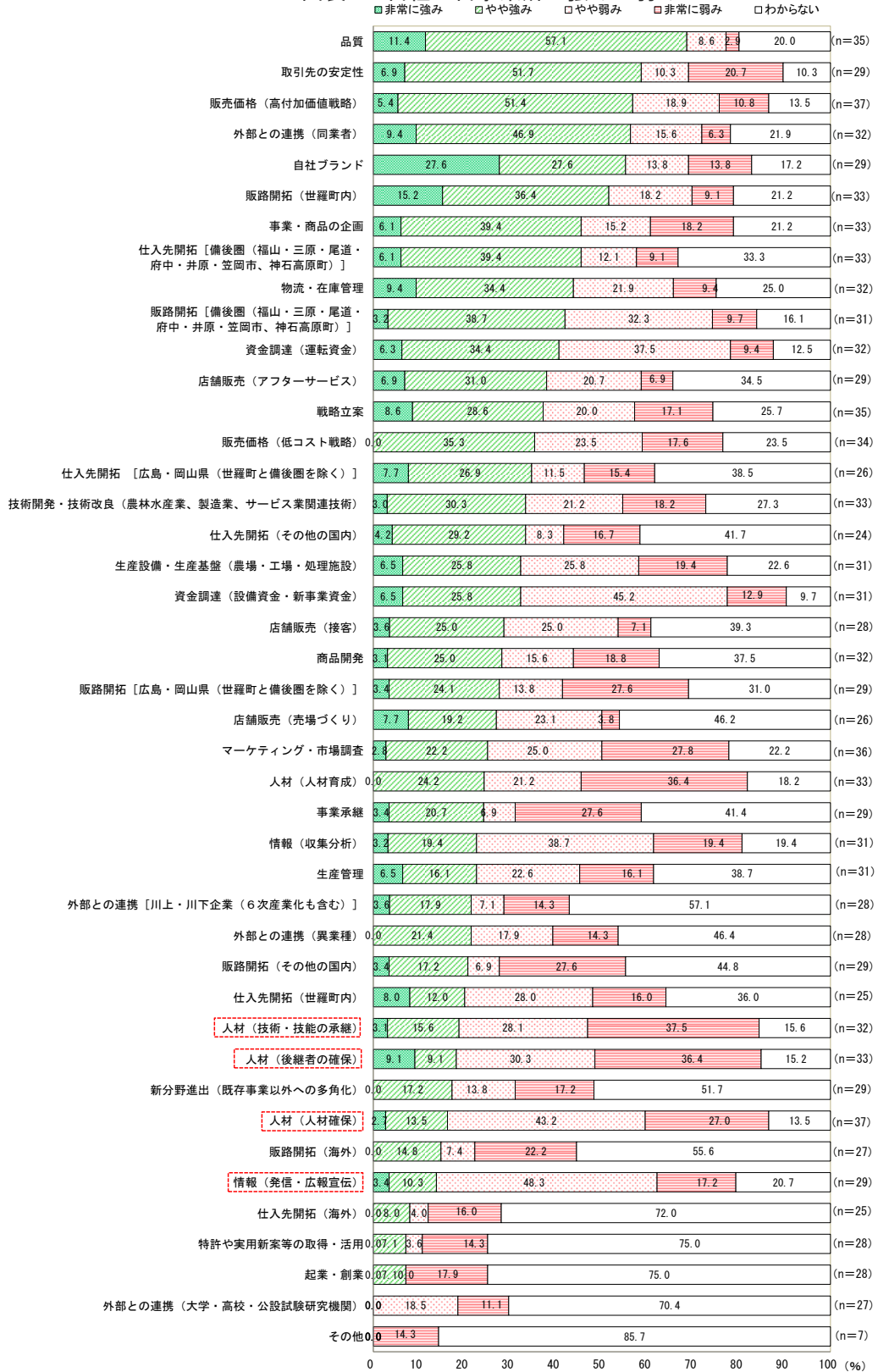


2. 自社・自事業所の強み・弱み、支援策の必要性・満足度

(1) 自社・自事業所の強み・弱み

「自社・自事業所の強み・弱み」について尋ねたところ、強みとしているものは「品質」が68.5%と最も多く、次いで「取引先の安定性」(58.6%)、「販売価格(高付加価値戦略)」(56.8%)、「外部との連携(同業者)」(56.3%)などの順となっている。一方、弱みとしているものは「人材(人材確保)」(70.2%)をはじめ人材に関する項目のほか、「情報(発信・広報宣伝)」(65.5%)などで多くなっている(図表4)。

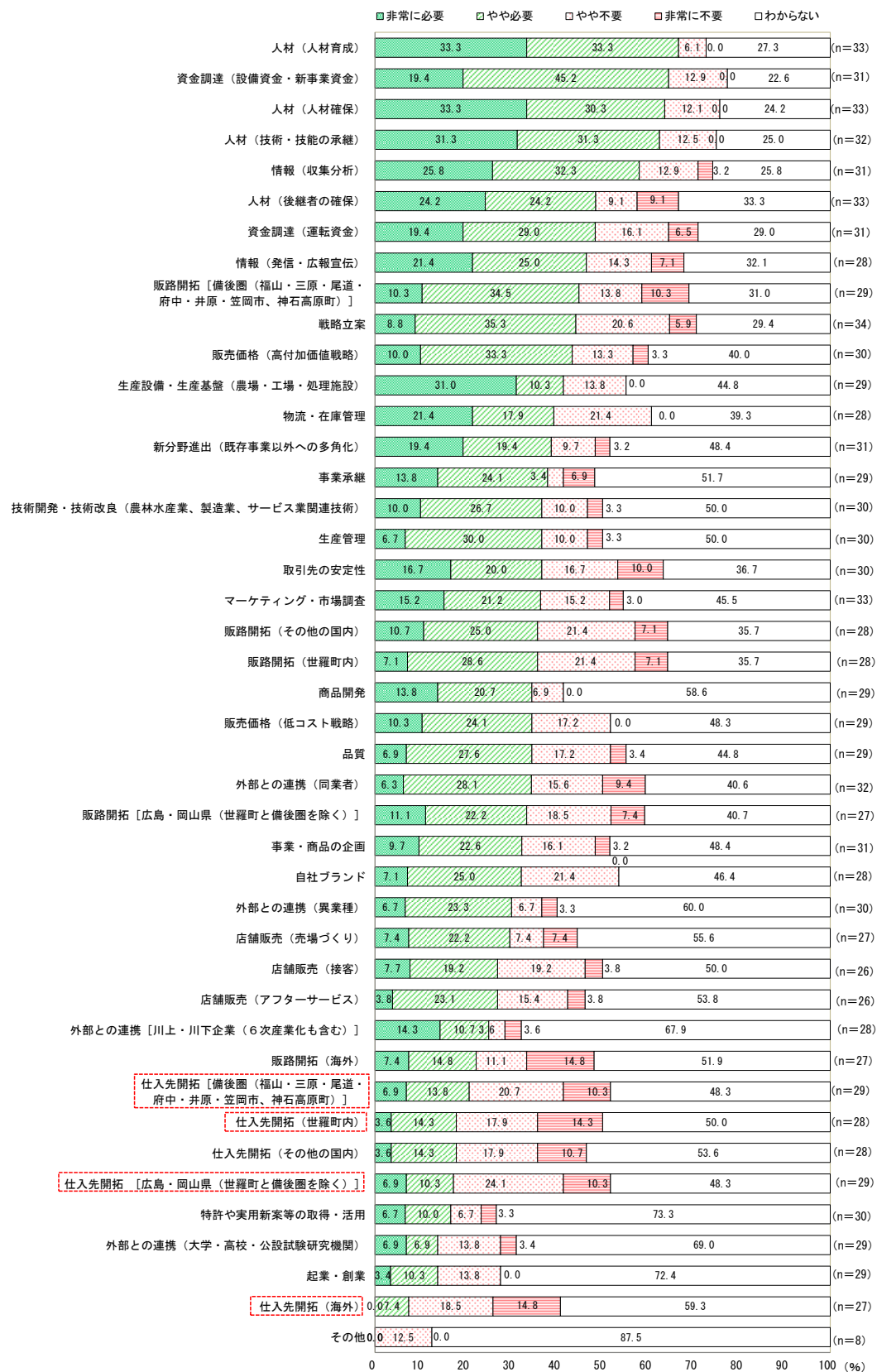
図表4 自社・自事業所の強み・弱み



(2) 支援策の必要性

「支援策が必要な項目」について尋ねたところ、必要性が高いものは「人材（人材育成）」が 66.6%と最も多く、次いで「資金調達（設備資金・新事業資金）」（64.6%）、「人材（人材確保）」（63.6%）、「人材（技術・技能の承継）」（62.6%）などの順となっている。一方、必要性が低いものは「仕入先開拓『広島・岡山県（世羅町と備後圏を除く）』」（34.4%）をはじめ仕入先開拓に関する項目が多くなっている（図表 5）。

図表 5 支援策が必要な項目

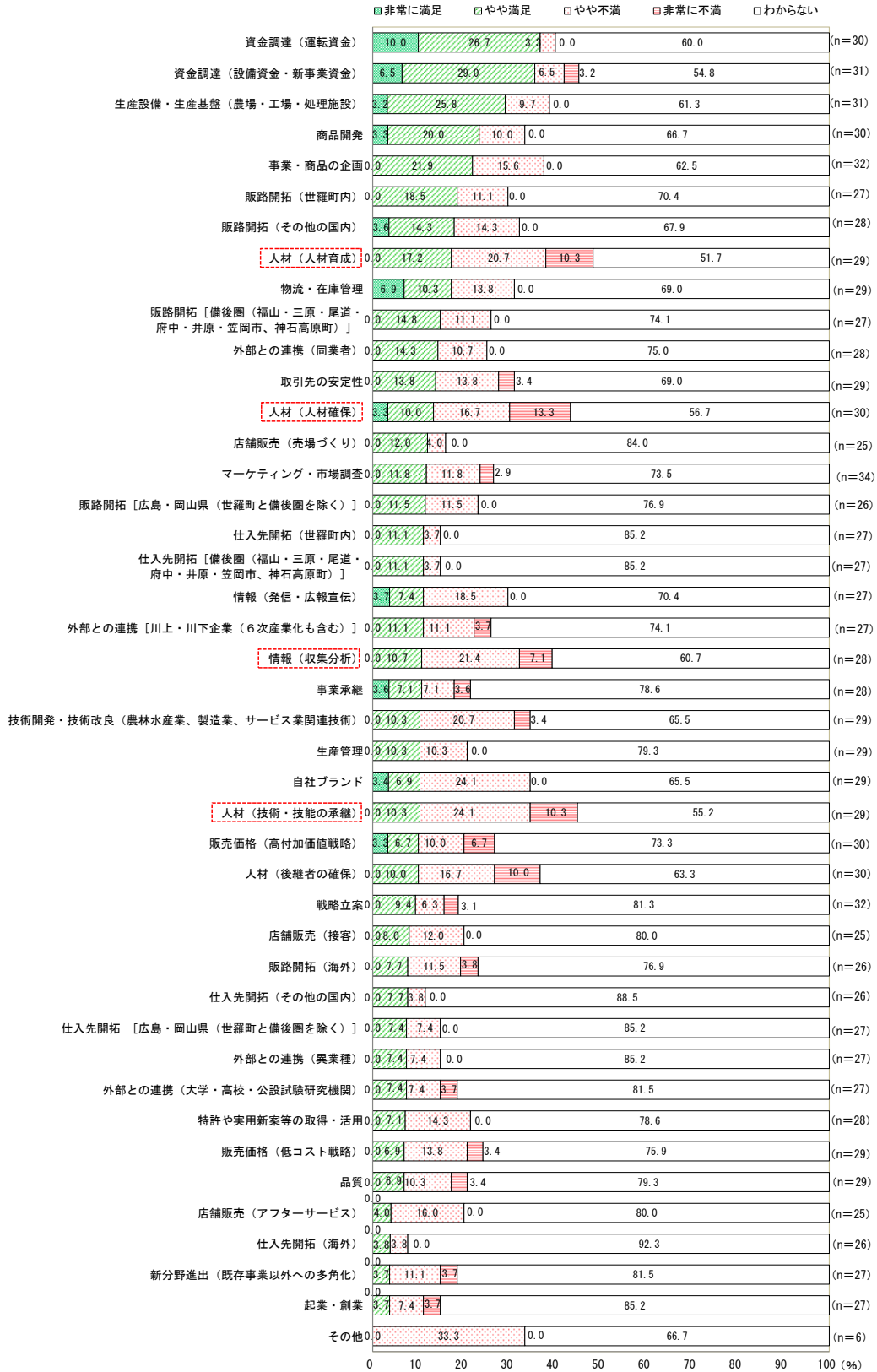


(3) 支援策の満足度

「支援策の満足度」について尋ねたところ、満足度が高いものは「資金調達（運転資金）」が36.7%と最も多く、次いで「資金調達（設備資金・新事業資金）」

(35.5%)、「生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）」(29.0%)、「商品開発」(23.3%)などの順となっている。一方、満足度が低いものは「人材（技術・技能の承継）」(34.4%)をはじめ人材に関する項目のほか、「情報（収集分析）」(28.5%)などで多くなっている（図表6）。

図表6 支援策の満足度

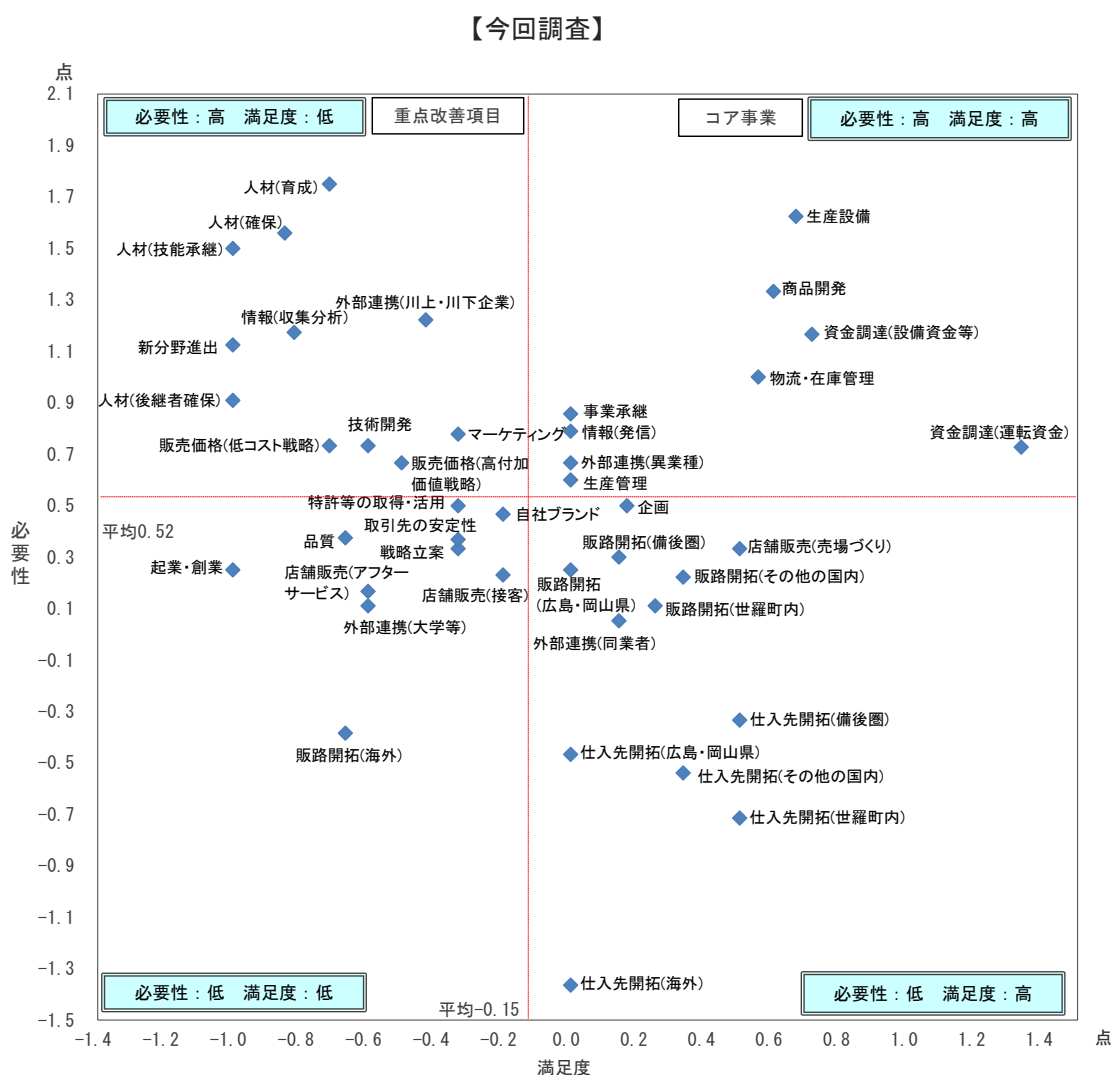


(4) 支援策の満足度と必要性

以下では、「支援策の満足度と必要性」について点数化した散布図を作成し、「必要性：高 満足度：高」（必要性・満足度とも平均以上）の領域を自治体にとっての「コア事業」の領域とし、「必要性：高 満足度：低」（必要性は平均以上、満足度は平均以下）の領域を「重点改善項目」の領域とした。

このうち、「コア事業」の領域に該当する項目は「生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）」、「商品開発」、「資金調達（設備資金・新事業資金）」、「物流・在庫管理」など9項目、「重点改善項目」の領域に該当する項目は「人材（人材育成）」、「人材（人材確保）」、「人材（人材確保）」、「人材（技術・技能の承継）」、「外部との連携 [川上・川下企業（6次産業化も含む）]」など11項目となっている（図表7）。

図表7 支援策の満足度と必要性

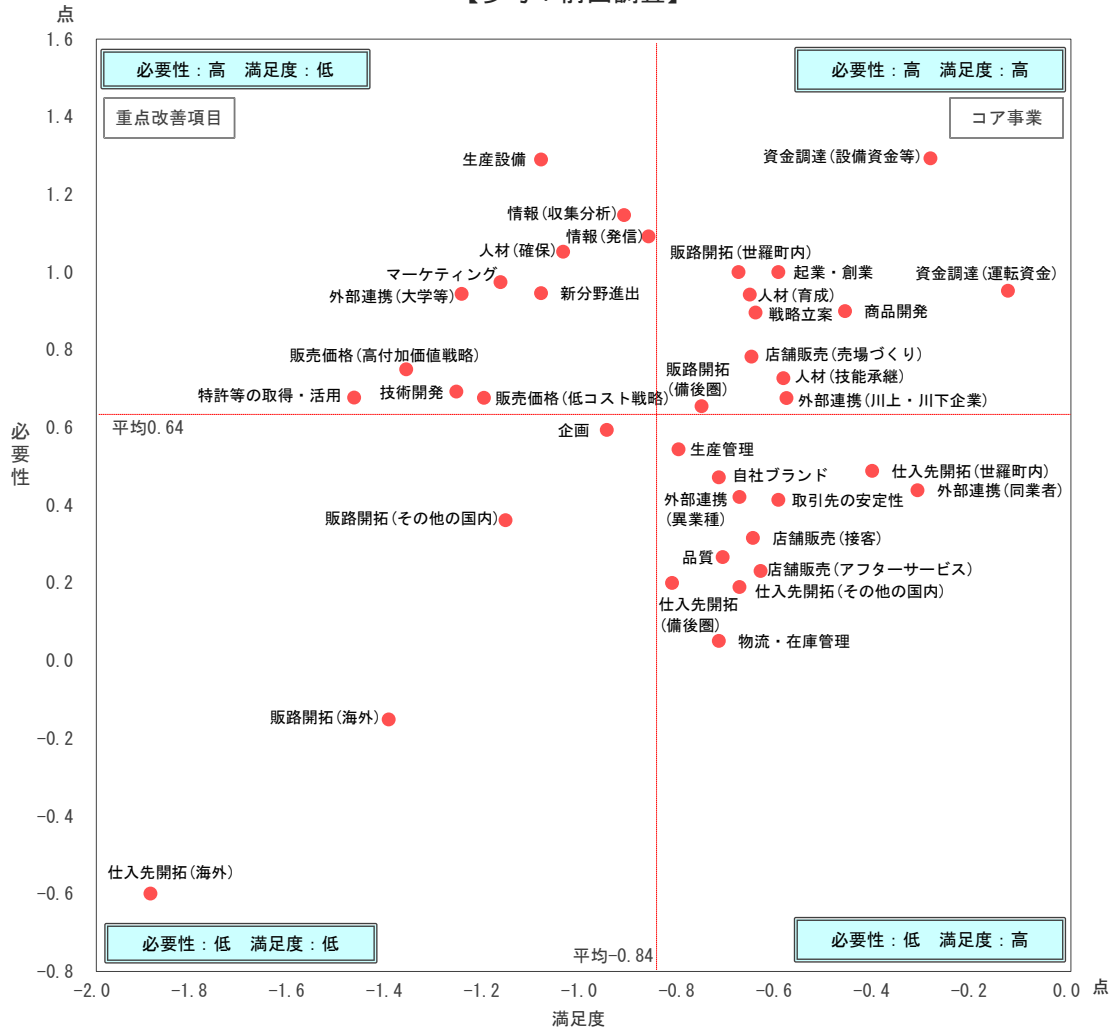


(注1) 「その他」は回答事業者数が少ないため計算対象から除外。以下同様。

(注2) 各回答のうち「非常に満足」を+3点、「やや満足」を+1点、「やや不満」を▲1点、「非常に不満」を▲3点、「非常に必要」を+3点、「やや必要」を+1点、「やや不要」を▲1点、「非常に不要」を▲3点と点数化し、集計したものを各標本数で除して集計。以下同様。

(注3) 図表5、6の項目名が長いので、図表7では一部を省略。以下同様。

【参考：前回調査】



【参考：コア事業・重点改善項目の今回と前回の対比】

	前回	今回
コア事業		
商品開発	商品開発	商品開発
資金調達（運転資金）	資金調達（運転資金）	資金調達（運転資金）
資金調達（設備資金・新事業資金）	資金調達（設備資金・新事業資金）	資金調達（設備資金・新事業資金）
販路開拓〔備後圏（福山・三原・尾道・府中・井原・笠岡市、神石高原町）〕	生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）	生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）
店舗販売（売場づくり）	生産管理	生産管理
戦略立案	物流・在庫管理	物流・在庫管理
人材（人材育成）	情報（発信・広報宣伝）	情報（発信・広報宣伝）
人材（技術・技能の承継）	外部との連携（異業種）	外部との連携（異業種）
外部との連携〔川上・川下企業（6次産業化も含む）〕	事業承継	事業承継
起業・創業	-	-
販路開拓（世羅町内）	-	-
重点改善項目		
マーケティング・市場調査	マーケティング・市場調査	マーケティング・市場調査
技術開発・技術改良（農林水産業、製造業、サービス業関連技術）	技術開発・技術改良（農林水産業、製造業、サービス業関連技術）	技術開発・技術改良（農林水産業、製造業、サービス業関連技術）
情報（収集分析）	情報（収集分析）	情報（収集分析）
人材（人材確保）	人材（人材確保）	人材（人材確保）
新分野進出（既存事業以外への多角化）	新分野進出（既存事業以外への多角化）	新分野進出（既存事業以外への多角化）
販売価格（低コスト戦略）	販売価格（低コスト戦略）	販売価格（低コスト戦略）
販売価格（高付加価値戦略）	販売価格（高付加価値戦略）	販売価格（高付加価値戦略）
情報（発信・広報宣伝）	人材（人材育成）	人材（人材育成）
特許や実用新案等の取得・活用	人材（技術・技能の承継）	人材（技術・技能の承継）
生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）	人材（後継者の確保）	人材（後継者の確保）
外部との連携（大学・高校・公設試験研究機関）	外部との連携〔川上・川下企業（6次産業化も含む）〕	外部との連携〔川上・川下企業（6次産業化も含む）〕

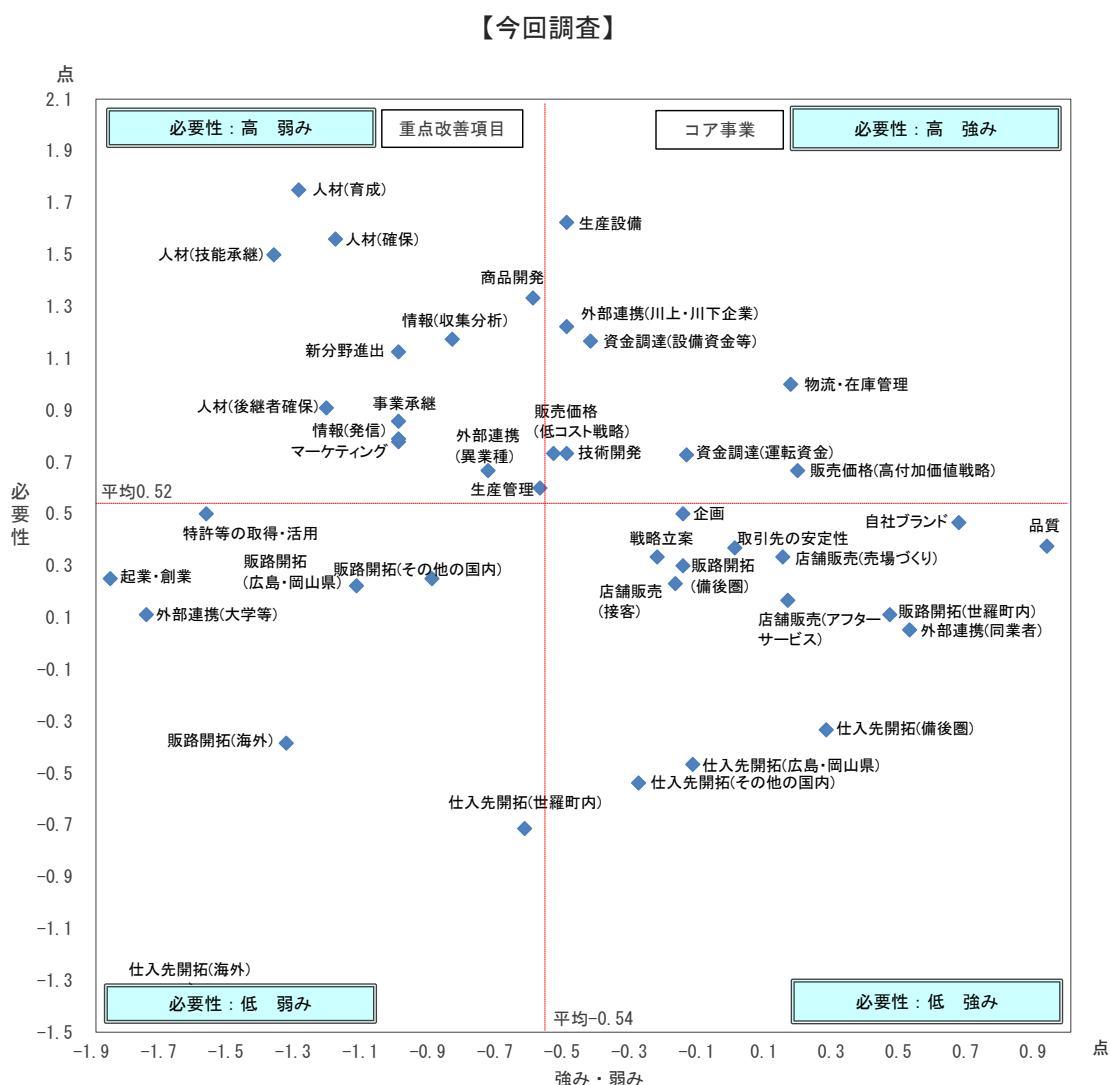
（注）網掛部分は前回調査時と今回調査時の重複項目。以下同様。

(5) 自社・自事業所の強み・弱みと支援策の必要性

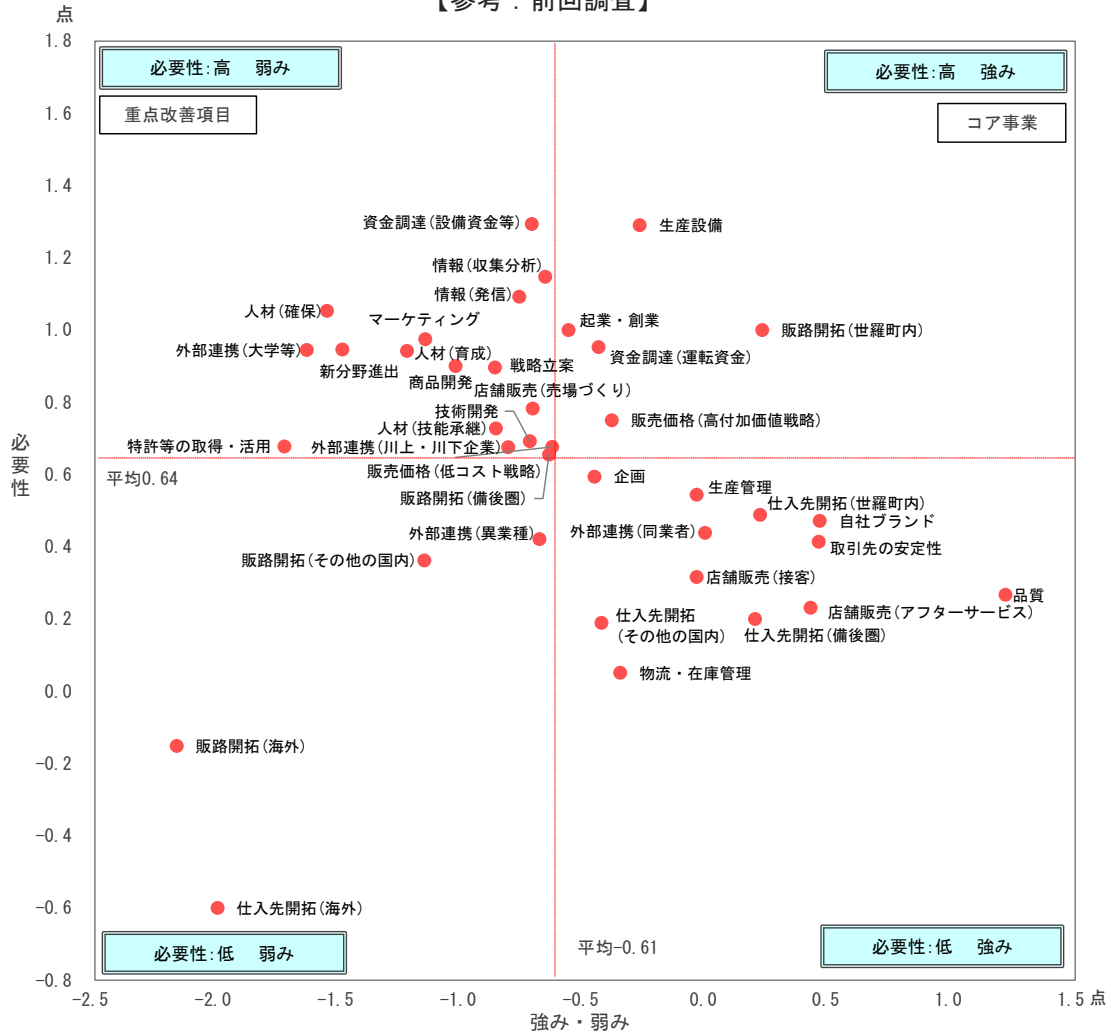
次に「自社・自事業所の強み・弱みと支援策の必要性」について点数化した散布図を作成し、「必要性：高 強み」（必要性・強みとも平均以上）の領域を自治体にとっての「コア事業」の領域とし、「必要性：高 弱み」（必要性は平均以上、弱みは平均以下）の領域を「重点改善項目」の領域とした。

このうち、「コア事業」の領域に該当する項目は「物流・在庫管理」、「生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）」、「外部との連携〔川上・川下企業（6次産業化も含む）〕」、「資金調達（設備資金・新事業資金）」、など8項目、「重点改善項目」の領域に該当する項目は「人材（人材育成）」、「人材（人材確保）」、「人材（技術・技能の承継）」、「情報（収集分析）」、「新分野進出（既存事業以外への多角化）」など12項目となっている（図表8）。

図表8 強み・弱みと支援策の必要性



【参考：前回調査】



【参考：コア事業・重点改善項目の今回と前回の対比】

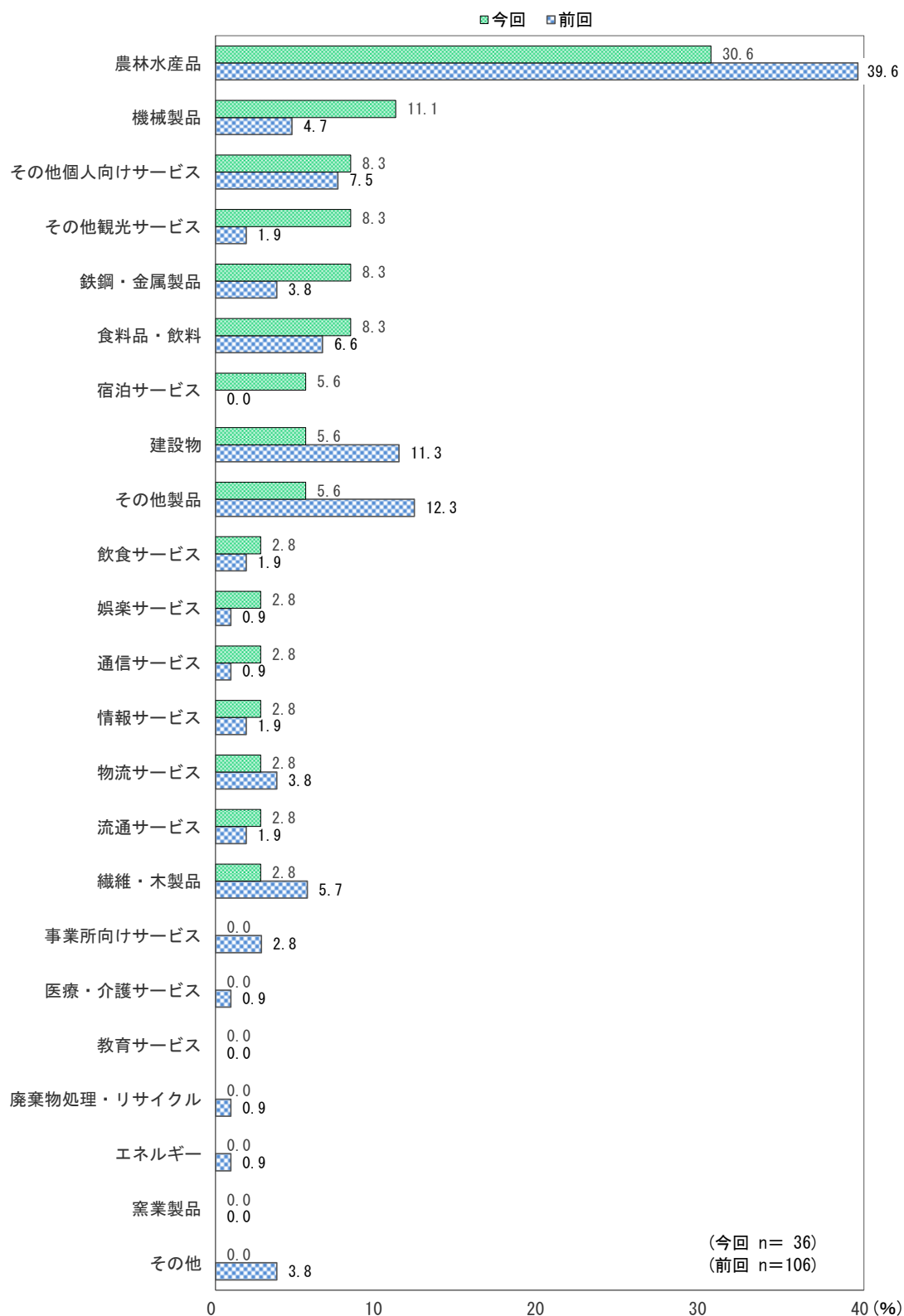
前回	今回
コア事業	
販売価格（高付加価値戦略）	販売価格（高付加価値戦略）
資金調達（運転資金）	資金調達（運転資金）
生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）	生産設備・生産基盤（農場・工場・処理施設）
販路開拓（世羅町内）	技術開発・技術改良（農林水産業、製造業、サービス業関連技術）
起業・創業	販売価格（低コスト戦略）
-	物流・在庫管理
-	資金調達（設備資金・新事業資金）
-	外部との連携【川上・川下企業（6次産業化も含む）】
重点改善項目	
マーケティング・市場調査	マーケティング・市場調査
商品開発	商品開発
情報（収集分析）	情報（収集分析）
情報（発信・広報宣伝）	情報（発信・広報宣伝）
人材（人材確保）	人材（人材確保）
人材（人材育成）	人材（人材育成）
人材（技術・技能の承継）	人材（技術・技能の承継）
新分野進出（既存事業以外への多角化）	新分野進出（既存事業以外への多角化）
戦略立案	事業承継
販売価格（低コスト戦略）	生産管理
技術開発・技術改良（農林水産業、製造業、サービス業関連技術）	人材（後継者の確保）
販路開拓【備後圏（福山・三原・尾道・府中・井原・笠岡市、神石高原町）】	外部との連携（異業種）
店舗販売（売場づくり）	-
資金調達（設備資金・新事業資金）	-
特許や実用新案等の取得・活用	-
外部との連携【川上・川下企業（6次産業化も含む）】	-
外部との連携（大学・高校・公設試験研究機関）	-

3. 自社・自事業所等の製品・技術・サービス分野

(1) 自社・自事業所の強みである製品・技術・サービス分野

「自社・自事業所の強みである製品・技術・サービス分野」について尋ねたところ、「農林水産品」が30.6%（前回調査比▲9.0%ポイント）と最も多く、次いで「機械製品」（11.1%、同+6.4%ポイント）などの順となっている（図表9）。

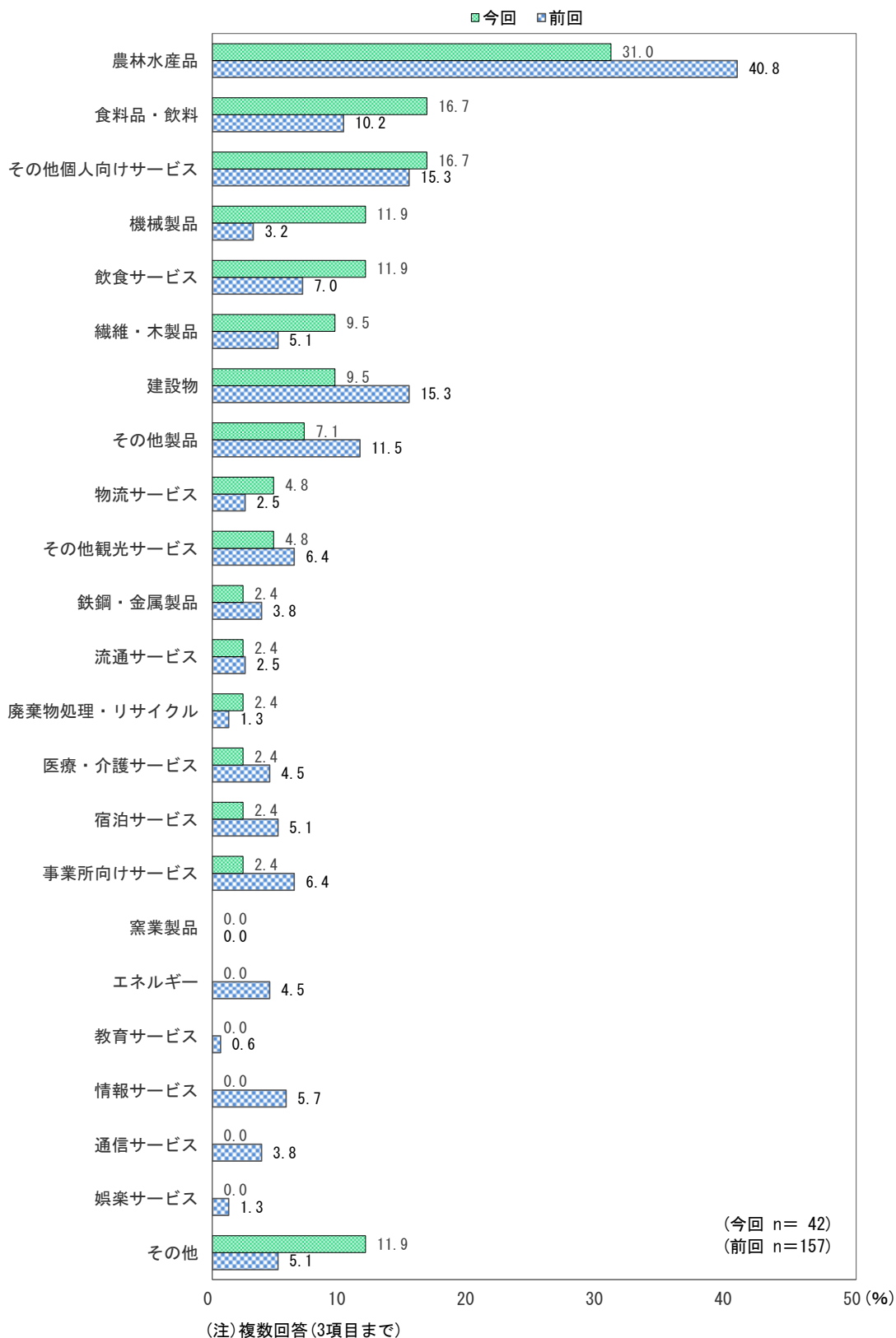
図表9 自社・自事業所の強みである製品・技術・サービス分野



(2) 自社・自事業所で成長させたい製品・サービス分野

「今後、自社・自事業所で売上高・出荷額を伸ばしたい製品・サービス分野」について尋ねたところ、「農林水産品」が31.0%（前回調査比▲9.8%ポイント）と最も多く、次いで「食料品・飲料」（16.7%、同+6.5%ポイント）、「その他個人向けサービス」（16.7%、同+1.4%ポイント）などの順となっている（図表10）。

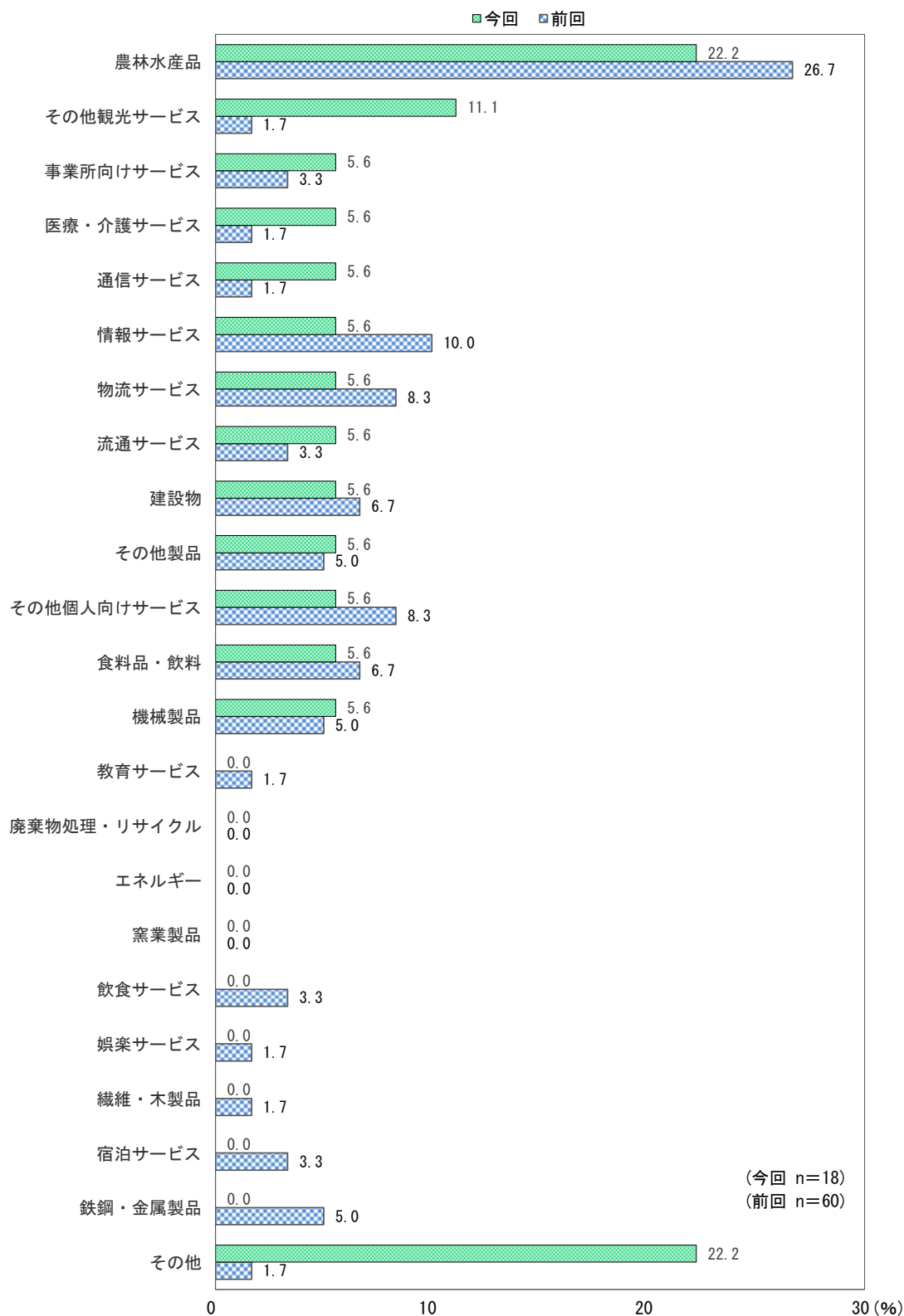
図表10 今後、自社・自事業所で売上高・出荷額を伸ばしたい製品・サービス分野



(3) 自社・自事業所で欲している製品・技術・サービス分野

「自社・自事業所で欲している製品・技術・サービス分野」について尋ねたところ、「農林水産品」が22.2%（前回調査比▲4.5%ポイント）と最も多く、次いで「その他観光サービス」（11.1%、同+9.4%ポイント）などの順となっている（図表11）。

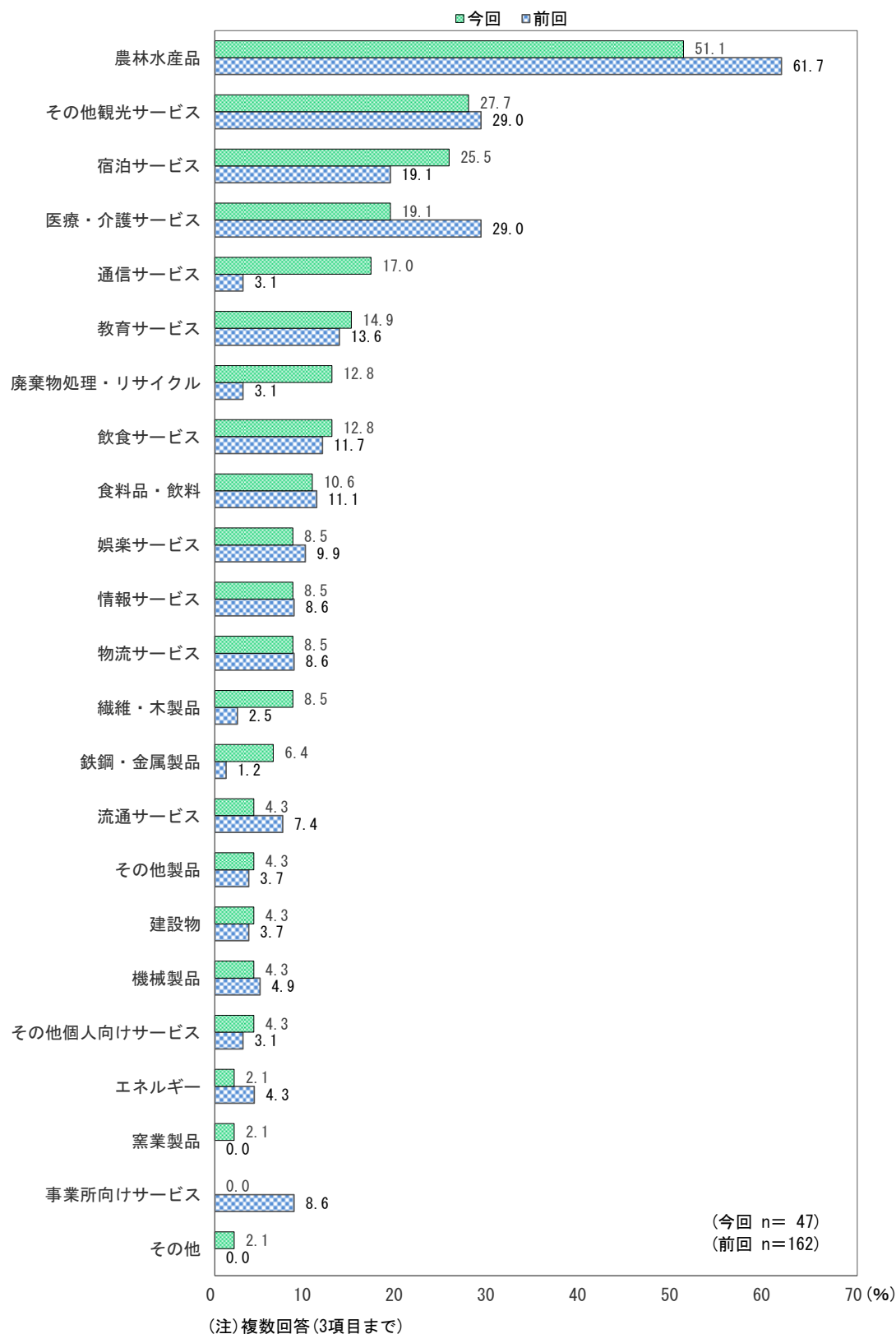
図表11 自社・自事業所で欲している製品・技術・サービス分野



(4) 世羅町が成長させるべき製品・サービス分野

一方、「今後、世羅町が成長させるべき製品・サービス分野」について尋ねたところ、「農林水産品」が51.1%（前回調査比▲10.6%ポイント）と最も多く、次いで「その他観光サービス」（27.7%、同▲1.3%ポイント）、「宿泊サービス」（25.5%、同+6.4%ポイント）などの順となっている（図表12）。

図表12 今後、世羅町が成長させるべき製品・サービス分野



4. 平成 27 年度（2015 年度）の実績と令和 5 年度（2023 年度）の見通し

（1）売上高・出荷額、経費の実績と見通し

「売上高・出荷額（平成 27 年度）」について尋ねたところ、「1 億円～5 億円未満」が 31.0%と最も多く、次いで「1,000 万円未満」（17.2%）、「3,000～5,000 万円未満」（17.2%）などの順となっている。

一方、「経費（人件費・税金・減価償却費を除く）（平成 27 年度）」について尋ねたところ、「3,000 万円～1 億円未満」が 29.6%と最も多く、次いで「500 万円未満」（25.9%）、「1 億円以上」（22.2%）などの順となっている（図表 13）。

図表 13 売上高・出荷額、経費（平成 27 年度）

【売上高・出荷額】			【経費】		
(事業者、%)			(事業者、%)		
	事業者数	構成比		事業者数	構成比
1,000万円未満	5	17.2	500万円未満	7	25.9
1,000万円～3,000万円未満	4	13.8	500万円～1,000万円未満	1	3.7
3,000万円～5,000万円未満	5	17.2	1,000万円～2,000万円未満	4	14.8
5,000万円～1億円未満	4	13.8	2,000万円～3,000万円未満	1	3.7
1億円～5億円未満	9	31.0	3,000万円～1億円未満	8	29.6
5億円以上	2	6.9	1億円以上	6	22.2
合計	29	100.0	合計	27	100.0

(注) 人件費・税金・減価償却費を除く。

上記の売上高・出荷額について「令和 5 年度の見通し」を尋ねたところ、「ほぼ横ばい」が 43.9%と最も多く、次いで「▲20%程度」（14.6%）などの順となっている。

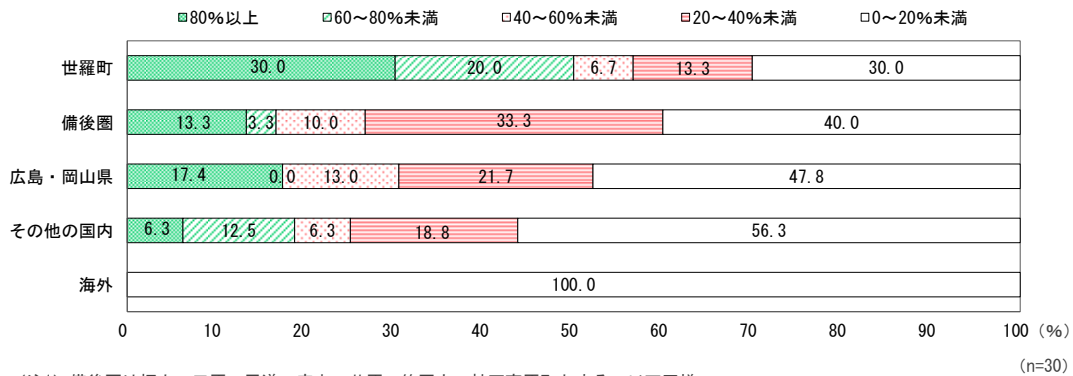
一方、経費については「+10%程度」が 32.6%と最も多く、次いで「ほぼ横ばい」（25.6%）などの順となっている。（図表 14）。

図表 14 売上高・出荷額、経費（令和 5 年度見通し）

【売上高・出荷額】			【経費】		
(事業者、%)			(事業者、%)		
	事業者数	構成比		事業者数	構成比
+40%程度以上	3	7.3	+40%程度以上	2	4.7
+30%程度	2	4.9	+30%程度	2	4.7
+20%程度	1	2.4	+20%程度	3	7.0
+10%程度	4	9.8	+10%程度	14	32.6
ほぼ横ばい	18	43.9	ほぼ横ばい	11	25.6
▲10%程度	4	9.8	▲10%程度	5	11.6
▲20%程度	6	14.6	▲20%程度	0	0.0
▲30%程度	0	0.0	▲30%程度	2	4.7
▲40%程度以下	2	4.9	▲40%程度以下	2	4.7
廃業、事業所閉鎖	1	2.4	廃業、事業所閉鎖	2	4.7
合計	41	100.0	合計	43	100.0

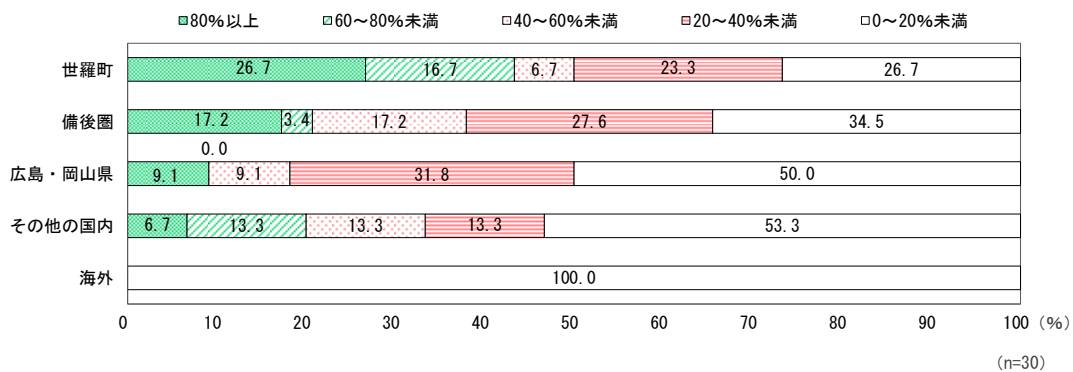
地域毎に「売上高・出荷額の割合（平成 27 年度）」について尋ねたところ、世羅町において「40%以上」の割合が 56.7%を占めるのに対し、世羅町以外の地域でも「40%以上」の割合は「海外」（0.0%）を除いて「備後圏」（26.6%）、「広島・岡山県」（30.4%）、「その他の国内」（25.1%）と、一定数みられる（図表 15）。

図表 15 地域毎の売上高・出荷額割合（平成 27 年度）



上記について「令和 5 年度の見通し」について尋ねたところ、世羅町では「40%以上」の割合が 50.1%とやや低下する。世羅町以外の地区では「40%以上」の割合は「備後圏」（37.8%）、「その他の国内」（33.3%）が上昇する一方で、「広島・岡山県」（18.2%）は低下を見込んでいる（図表 16）。

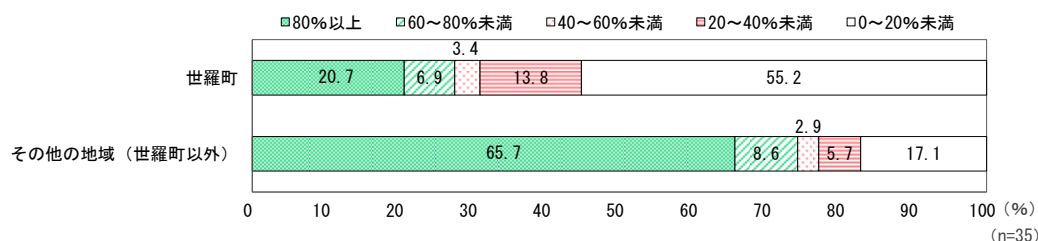
図表 16 地域毎の売上高・出荷額割合（令和 5 年度見通し）



(2) 仕入額の実績と見通し

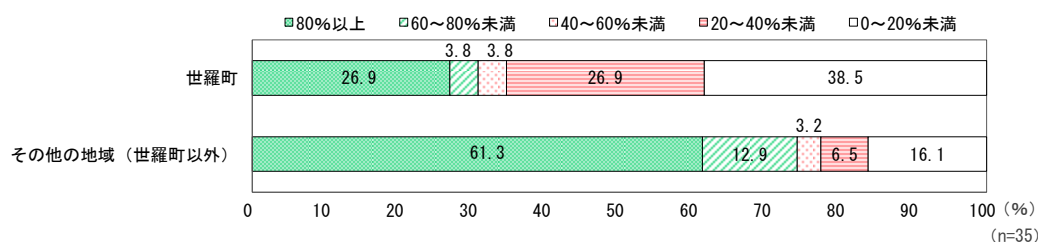
地域毎に「仕入額の割合（平成 27 年度）」について尋ねたところ、世羅町において「0～20%未満」の割合が 55.2%を占めるのに対し、「その他の地域（世羅町以外）」では「80%以上」が 65.7%と 3 分の 2 近くを占めている（図表 17）。

図表 17 地域毎の仕入額割合（平成 27 年度）



上記について「令和 5 年度の見通し」を尋ねたところ、世羅町では「0～20%未満」の割合（38.5%）は低下するものの、「その他の地域（世羅町以外）」では「80%以上」の割合が 61.3%と依然 6 割を超えている（図表 18）。

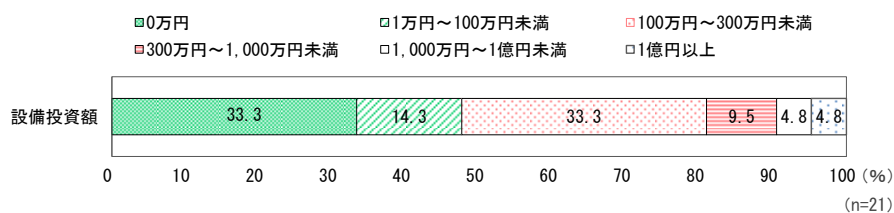
図表 18 地域毎の仕入額割合（令和 5 年度見通し）



(3) 設備投資額

「世羅町内での設備投資額（平成 27 年度）」を尋ねたところ、「0 万円」及び「100 万円～300 万円未満」が 33.3%と最も多く、「1,000 万円以上」の大きな投資は 9.6%にとどまっている（図表 19）。

図表 19 世羅町内での設備投資額（平成 27 年度）



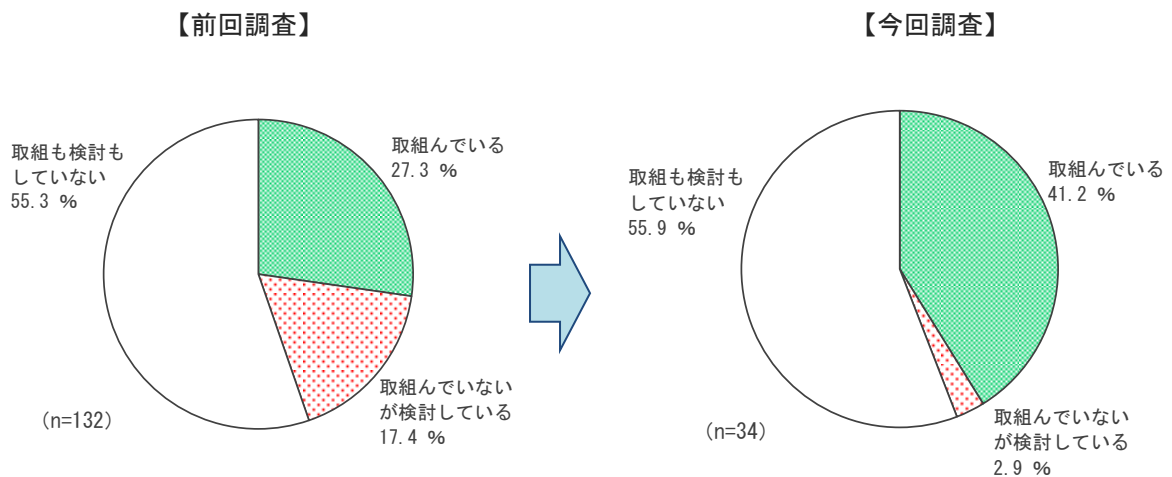
5. 農林水産業、観光、食、土産物、6次産業に関する取組状況等

(1) 取組状況

「農林水産業、観光、食、土産物、6次産業に関する取組」について尋ねたところ、「取組んでいる」が41.2%（前回調査比+13.9%）に上昇し、「取組んでいないが検討している」が2.9%（同▲14.5%）に低下している。

一方、「取組も検討もしていない」は55.9%（同+0.6%）と前回調査比ほぼ横ばいとなっている（図表20）。

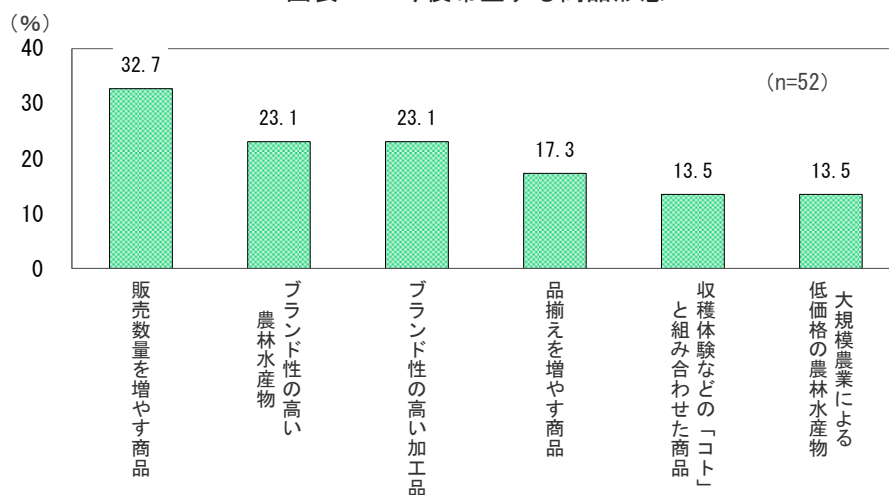
図表20 農林水産業、観光、食、土産物、6次産業に関する取組



(2) 希望する商品形態、販路

農林水産業、観光、食、土産物、6次産業に関する商品に関して「今後希望する商品形態」について尋ねたところ、「商品は現状のまま販売数量を増やす」が32.7%と最も多く、次いで「ブランド性の高い農林水産物をつくる」(23.1%)、「ブランド性の高い加工品を開発する」(23.1%)などの順となっている(図表21)。

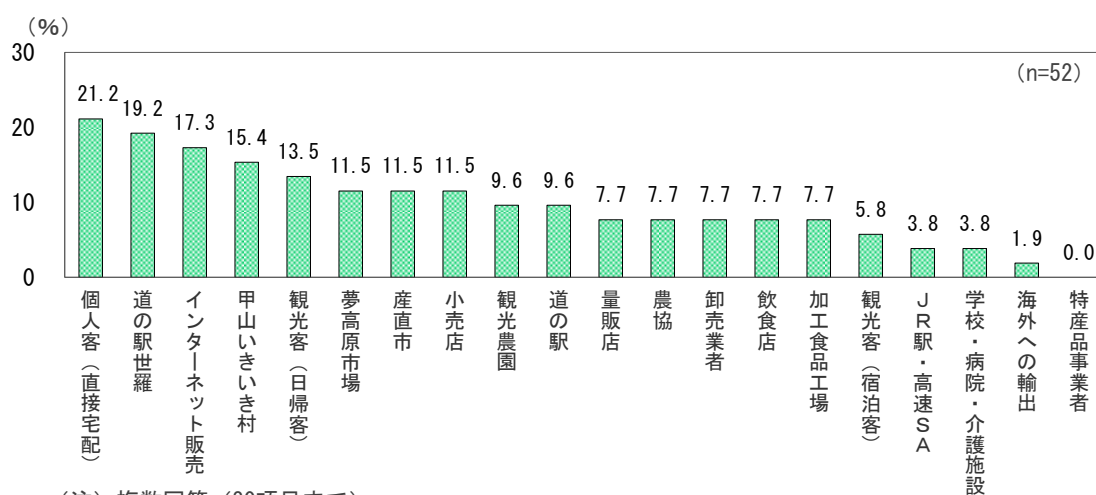
図表21 今後希望する商品形態



(注) 複数回答 (6項目まで)

「希望する販路」について尋ねたところ、「個人客(直接宅配)」が21.2%と最も多く、次いで「道の駅世羅」(19.2%)、「インターネット販売」(17.3%)などの順となっている(図表22)。

図表22 希望する販路

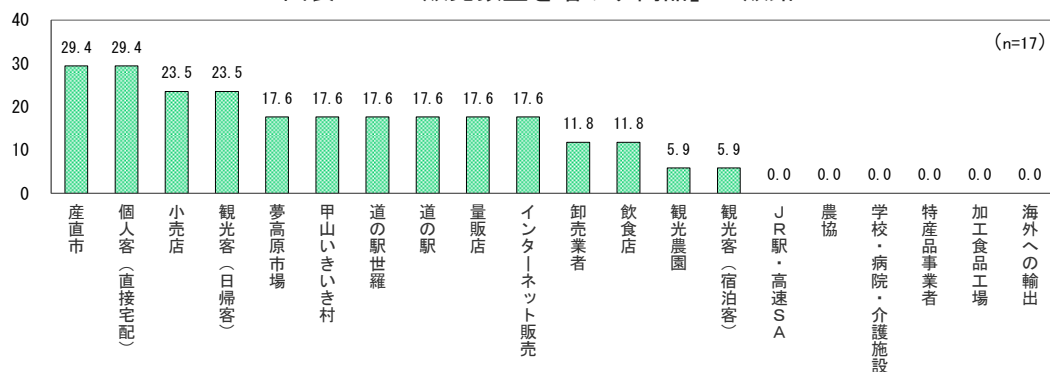


(注) 複数回答 (20項目まで)

(3) 希望する商品形態毎の販路

「今後希望する商品形態」に関して「商品は現状のままで販売数量を増やす」と回答した事業者に、その販路について尋ねたところ、「産直市」、「個人客（直接宅配）」が29.4%と最も多く、次いで「小売店」（23.5%）、「観光客（日帰客）」（23.5%）などの順となっている（図表23）。

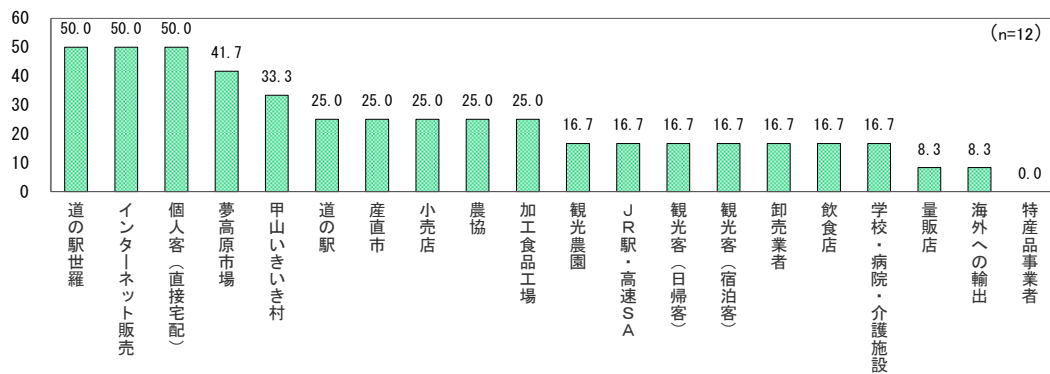
図表23 「販売数量を増やす商品」の販路



(注) 複数回答（5項目まで）

「今後希望する商品形態」に関して「ブランド性の高い農林水産物をつくる」と回答した事業者に、その販路について尋ねたところ、「道の駅世羅」、「インターネット販売」、「個人客（直接宅配）」が50.0%と最も多く、次いで「夢高原市場」（41.7%）などの順となっている（図表24）。

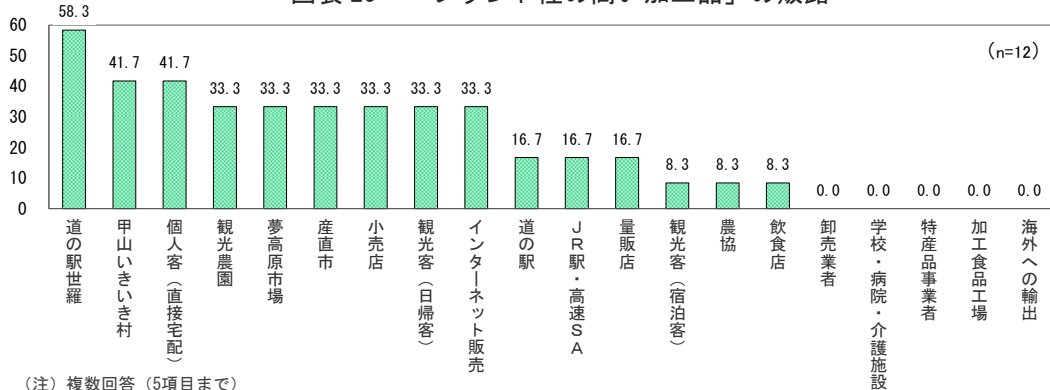
図表24 「ブランド性の高い農林水産物」の販路



(注) 複数回答（5項目まで）

「今後希望する商品形態」に関して「ブランド性の高い加工品を開発する」と回答した事業者に、その販路について尋ねたところ、「道の駅世羅」が58.3%と最も多く、次いで「甲山いきいき村」（41.7%）、「個人客（直接宅配）」（41.7%）などの順となっている（図表25）。

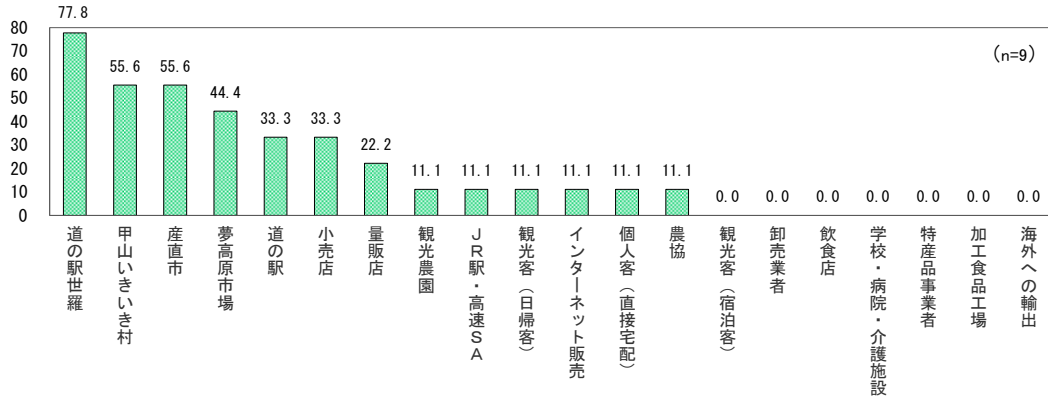
図表25 「ブランド性の高い加工品」の販路



(注) 複数回答（5項目まで）

「今後希望する商品形態」に関して「品揃えを増やして全体としての売上高を伸ばす」と回答した事業者に、その販路について尋ねたところ、「道の駅世羅」が77.8%と最も多く、次いで「甲山いきいき村」(55.6%)、「産直市」(55.6%)などの順となっている(図表26)。

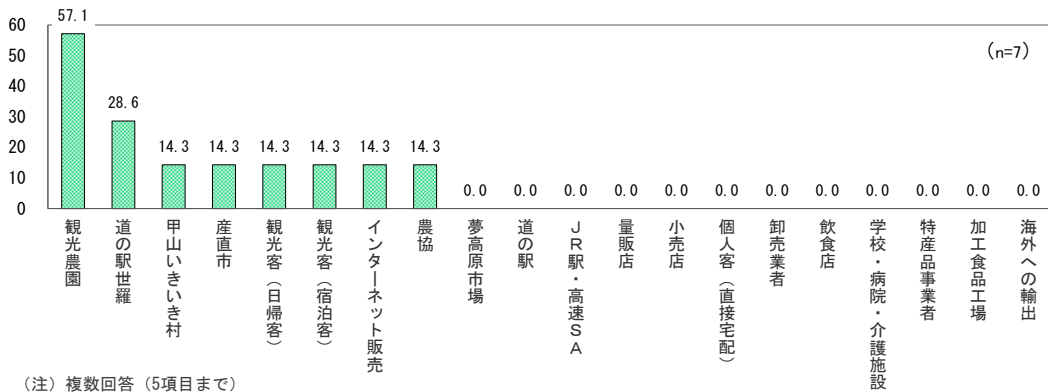
図表26 「品揃えを増やす商品」の販路



(注) 複数回答(5項目まで)

「今後希望する商品形態」に関して「収穫体験などの『コト』と組み合わせて販売する」と回答した事業者に、その販路について尋ねたところ、「観光農園」が57.1%と最も多く、次いで「道の駅世羅」(28.6%)などの順となっている(図表27)。

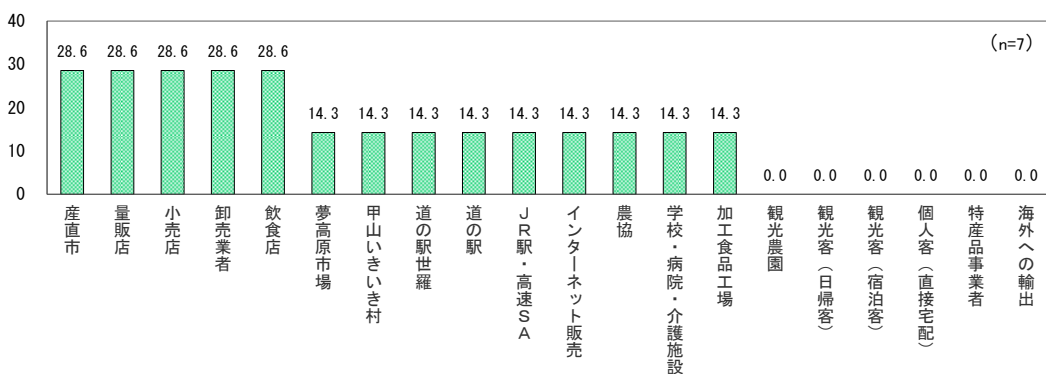
図表27 「収穫体験などの『コト』と組み合わせた商品」の販路



(注) 複数回答(5項目まで)

「今後希望する商品形態」に関して「大規模農業により低価格の農林水産物をつくる」と回答した事業者に、その販路について尋ねたところ、「産直市」、「量販店」、「小売店」、「卸売業者」、「飲食店」が28.6%と最も多くなっている(図表28)。

図表28 「大規模農業による低価格農林水産物」の販路

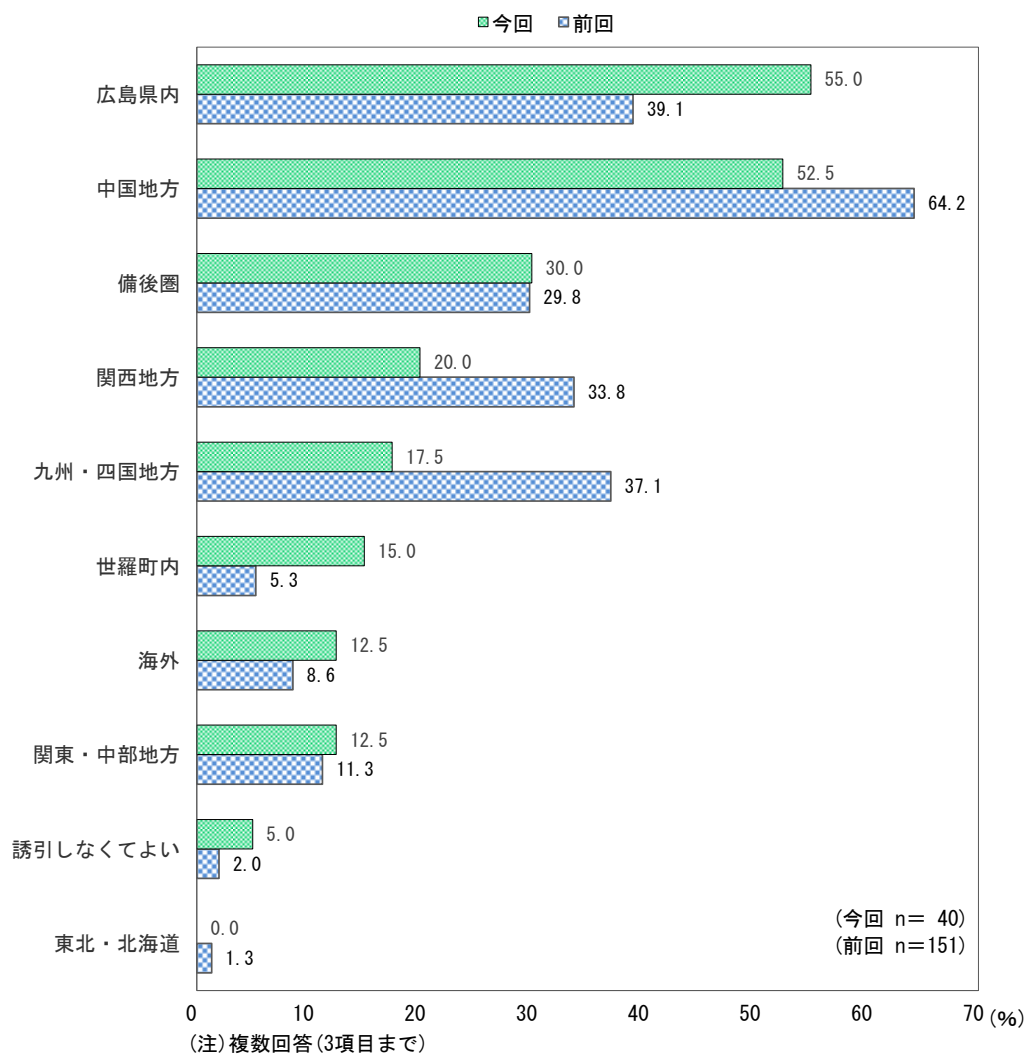


(注) 複数回答(5項目まで)

(4) 観光客を誘引すべきエリア

「今後、観光客を誘引すべきエリア」について尋ねたところ、「広島県内」が55.0%（前回調査比+15.9%ポイント）と最も多く、次いで「中国地方」（52.5%、同▲11.7%ポイント）、「備後圏」（30.0%、同+0.2%ポイント）などの順となっている（図表29）。

図表29 今後観光客を誘引すべきエリア



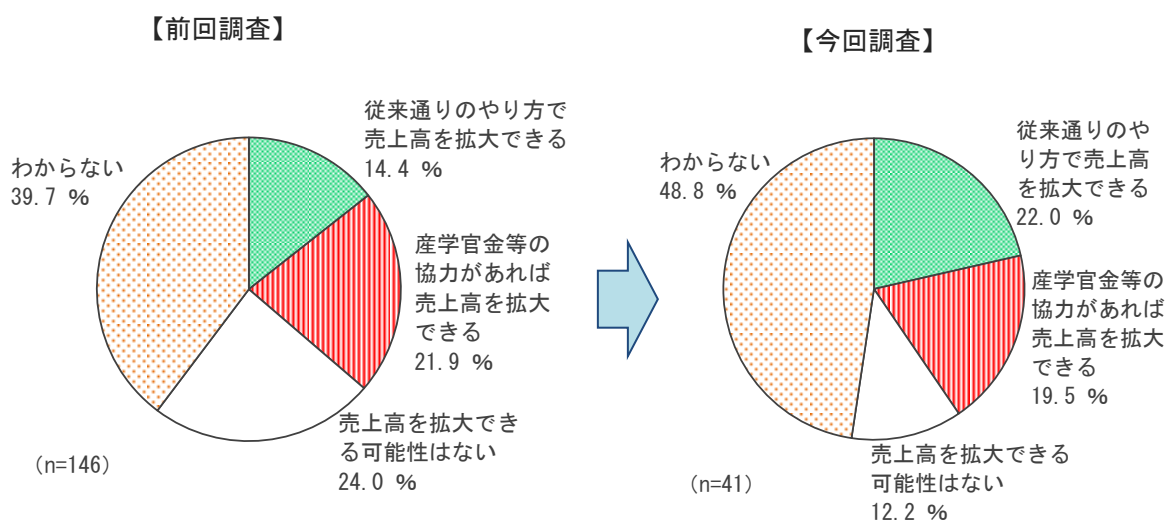
6. 世羅町と備後圏内での取引

(1) 売上高拡大の可能性

「世羅町と備後圏の顧客に向けて、自社・自事業所の商品・サービスの売上高を拡大できる可能性」について尋ねたところ、「従来通りのやり方で売上高を拡大できる」(22.0%、前回調査比+7.6%ポイント)と「産学官金等の協力があれば売上高を拡大できる」(19.5%、同▲2.4%ポイント)を合計した“売上を拡大できる”との回答は41.5% (同+5.2%ポイント)を占めており、前回調査比上昇している。

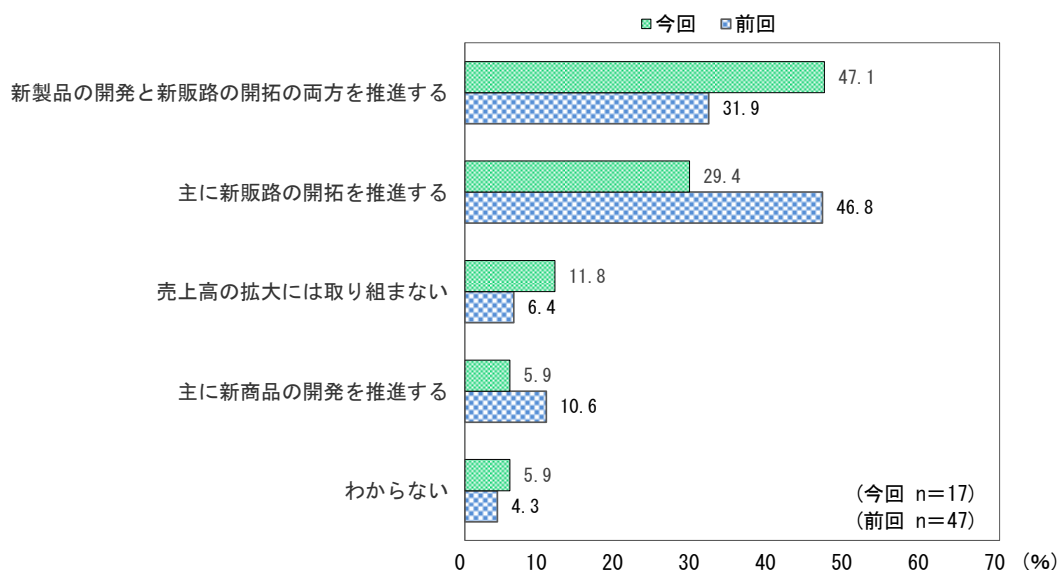
また、「売上高を拡大できる可能性はない」が12.2% (同▲11.8%ポイント)に低下する一方、「わからない」が48.8% (同+9.1%)と約半数を占めている(図表30)。

図表30 世羅町と備後圏での売上高拡大の可能性



上記において「売上高を拡大できる」と回答した事業者には、「売上高拡大の手法」について尋ねたところ、「新製品の開発と新販路の開拓の両方を推進する」が47.1% (前回調査比+15.2%ポイント)と最も多く、次いで「主に新販路の開拓を推進する」(29.4%、同▲17.4%ポイント)などの順となっている(図表31)。

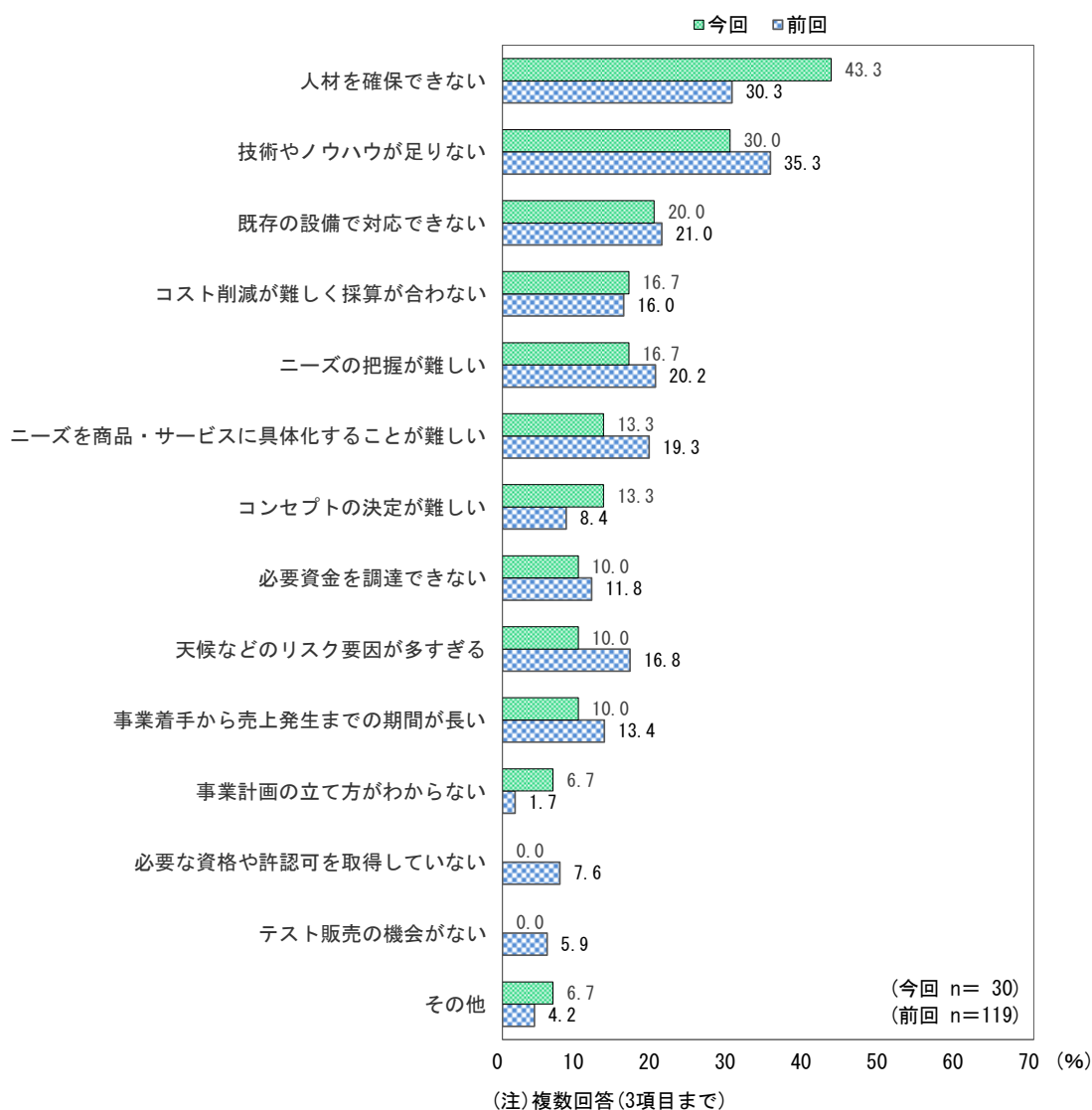
図表31 売上高拡大の手法



(2) 新商品・サービスの開発、新販路拡大のうえでの問題点

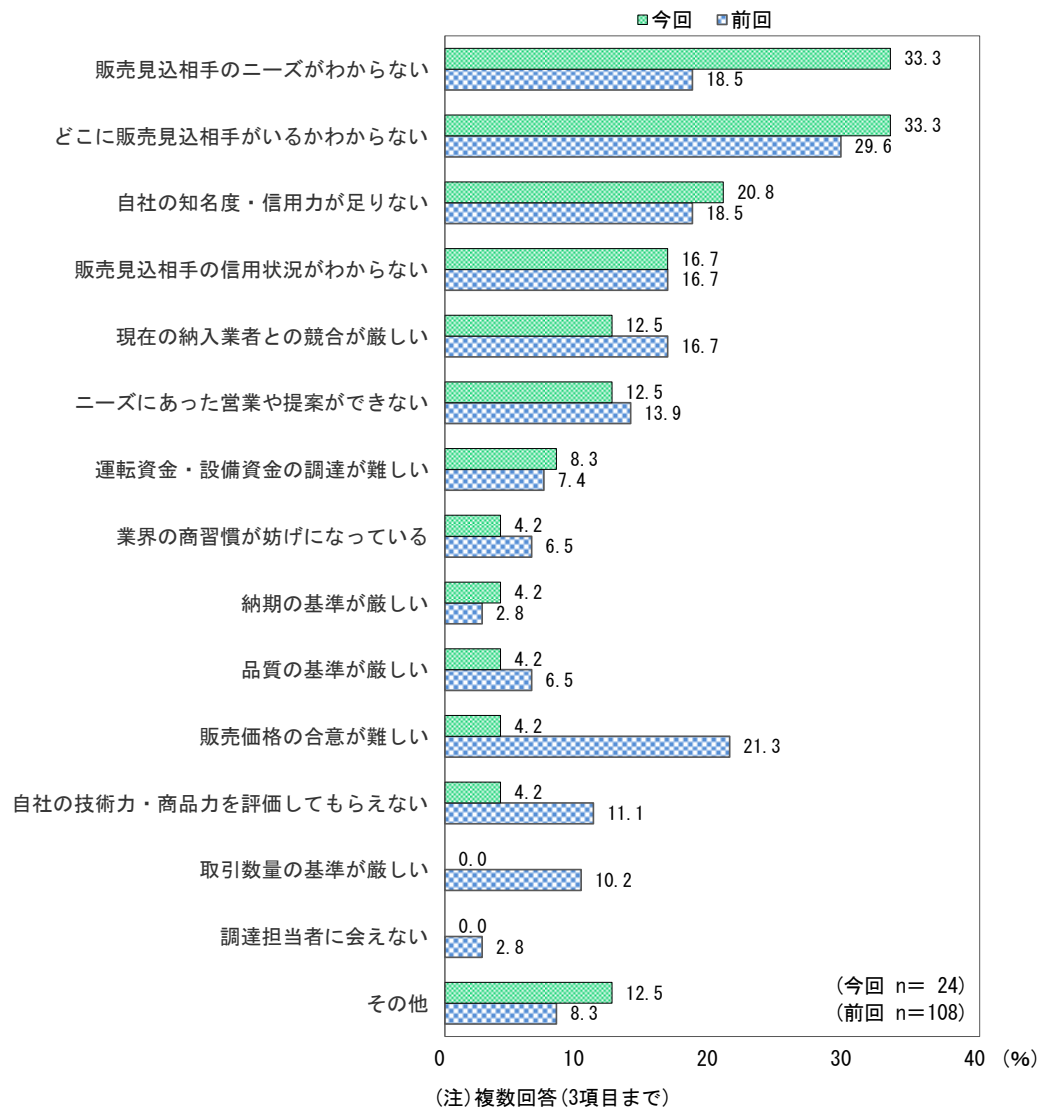
「新しい商品・サービスを開発するうえでの問題点」について尋ねたところ、「人材を確保できない」が43.3%（前回調査比+13.0%ポイント）と最も多く、次いで「技術やノウハウが足りない」（30.0%、同▲5.3%ポイント）、「既存の設備で対応できない」（20.0%、同▲1.0%ポイント）などの順となっている（図表32）。

図表32 新しい商品・サービスを開発するうえでの問題点



「世羅町や備後圏で新たな販路を開拓する場合の問題点」を尋ねたところ、「販売見込相手のニーズがわからない」(33.3%、前回調査比+14.8%ポイント)及び「どこに販売見込相手がいるのかわからない」(33.3%、同+3.7%ポイント)が最も多く、次いで「自社の知名度・信用力が足りない」(20.8%、同+2.3%ポイント)、「販売見込相手の信用状況がわからない」(16.7%、同±0.0%ポイント)などの順となっている(図表33)。

図表33 世羅町や備後圏で新たな販路を開拓する場合の問題点

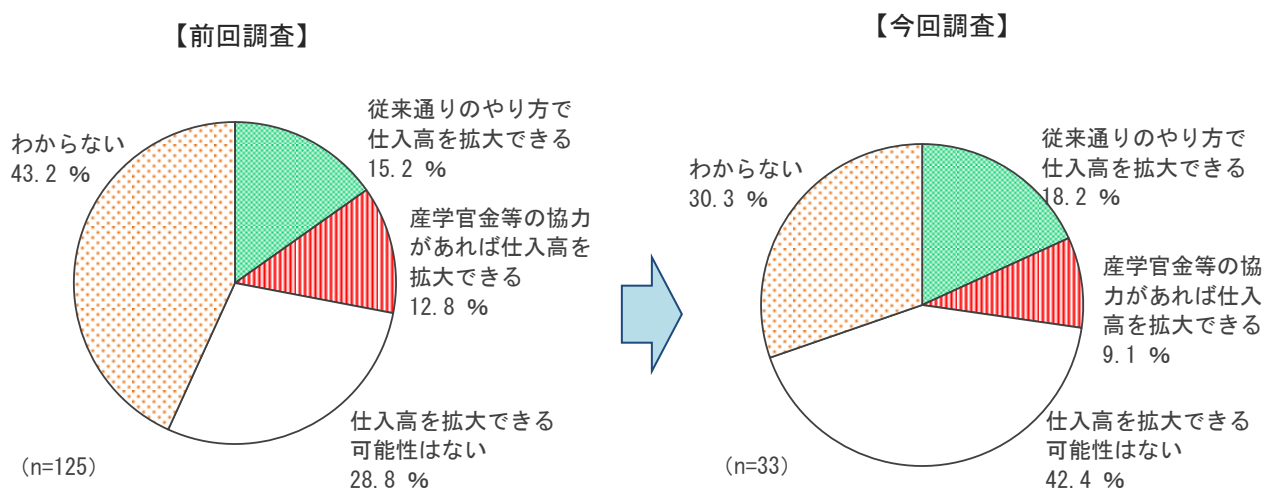


(3) 仕入高拡大の可能性

「商品・原材料・外注サービスの仕入先を、世羅町や備後圏の事業者に変更し、仕入高を拡大できる可能性」について尋ねたところ、「従来通りのやり方で仕入高を拡大できる」が18.2%（前回調査比+3.0%ポイント）、「産学官金等の協力があれば仕入高を拡大できる」が9.1%（同▲3.7%ポイント）となっており、これらを合計すると“仕入高を拡大できる”との回答が27.3%（▲0.7%ポイント）を占めている。

一方、「仕入高を拡大できる可能性はない」は42.4%（同+13.6%ポイント）と前回調査比大きく上昇している（図表34）。

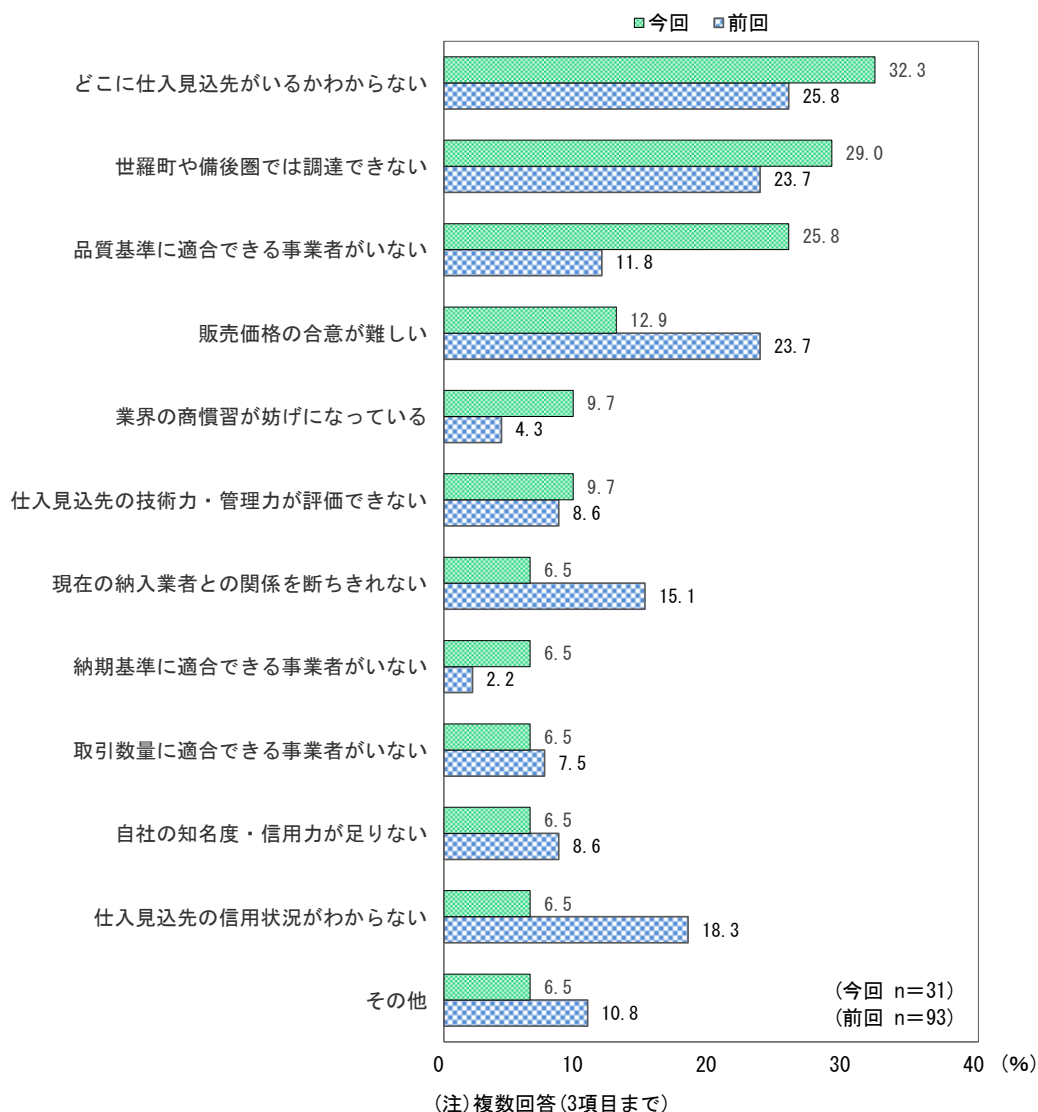
図表 34 世羅町や備後圏の事業者からの仕入高を拡大できる可能性



(4) 仕入先開拓の問題点

「世羅町や備後圏で新たに仕入先を開拓する場合の問題点」について尋ねたところ、「どこに仕入見込先がいるかわからない」が32.3%（前回調査比+6.5%ポイント）と最も多く、次いで「世羅町や備後圏では調達できない」（29.0%、同+5.3%ポイント）、「品質基準に適合できる事業者がない」（25.8%、同+14.0%ポイント）などの順となっている（図表 35）。

図表 35 世羅町や備後圏で新たに仕入先を開拓する場合の問題点



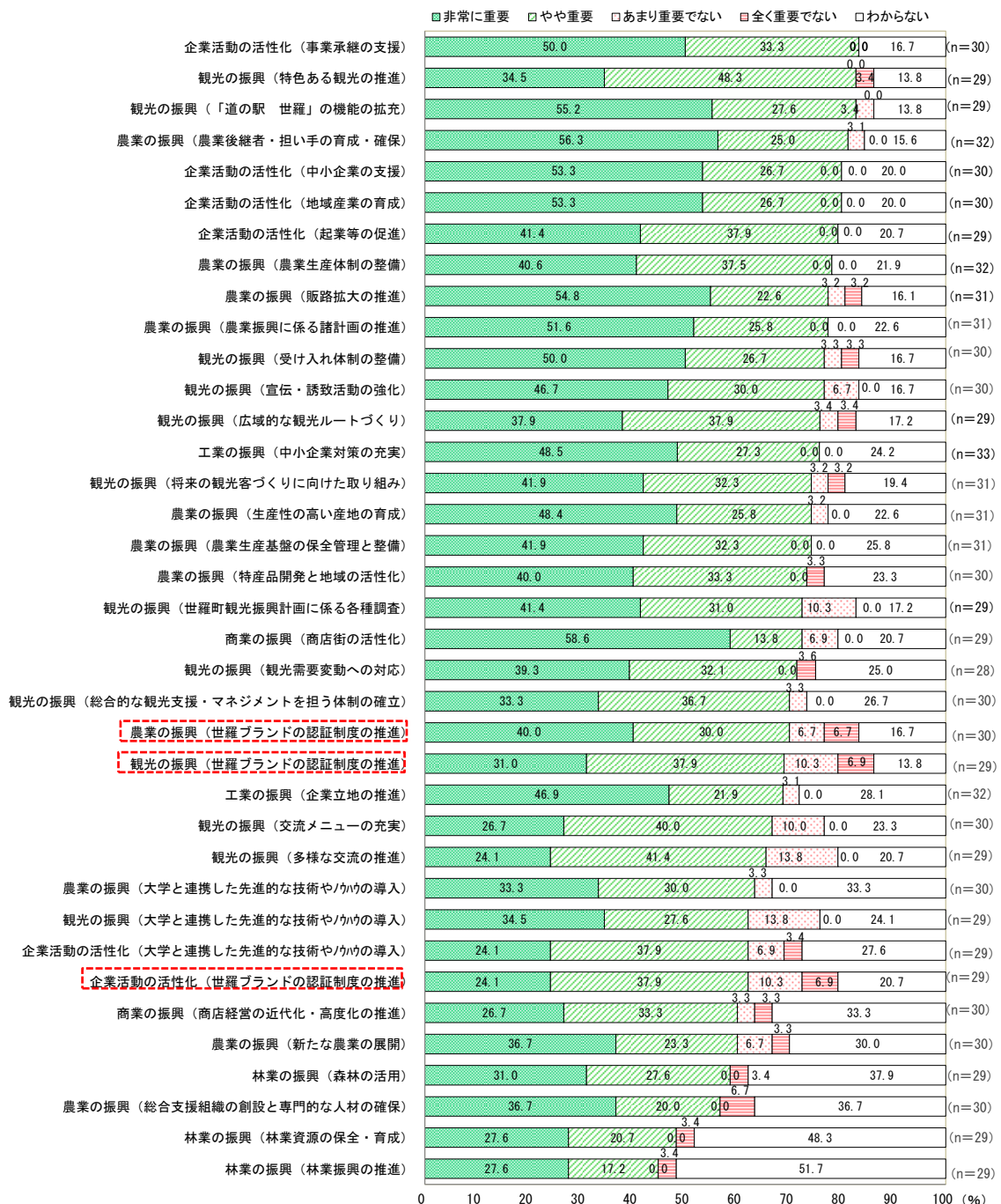
7. 現行の世羅町第2次長期総合計画の評価

(1) 方策別の重要度

「世羅町第2次長期総合計画における方策別の重要度」について尋ねたところ、重要度が高いものは「企業活動の活性化（事業承継の支援）」が83.3%と最も多く、次いで「観光の振興（特色ある観光の推進）」(82.8%)、「観光の振興（『道の駅 世羅』の機能の拡充）」(82.8%)などの順となっている。

一方、重要度が低いものは「観光の振興（世羅ブランドの認証制度の推進）」及び「企業活動の活性化（世羅ブランドの認証制度の推進）」が17.2%と最も多く、次いで「農業の振興（世羅ブランドの認証制度の推進）」(13.4%)などの順となっている(図表36)。

図表36 世羅町第2次長期総合計画における方策別の重要度

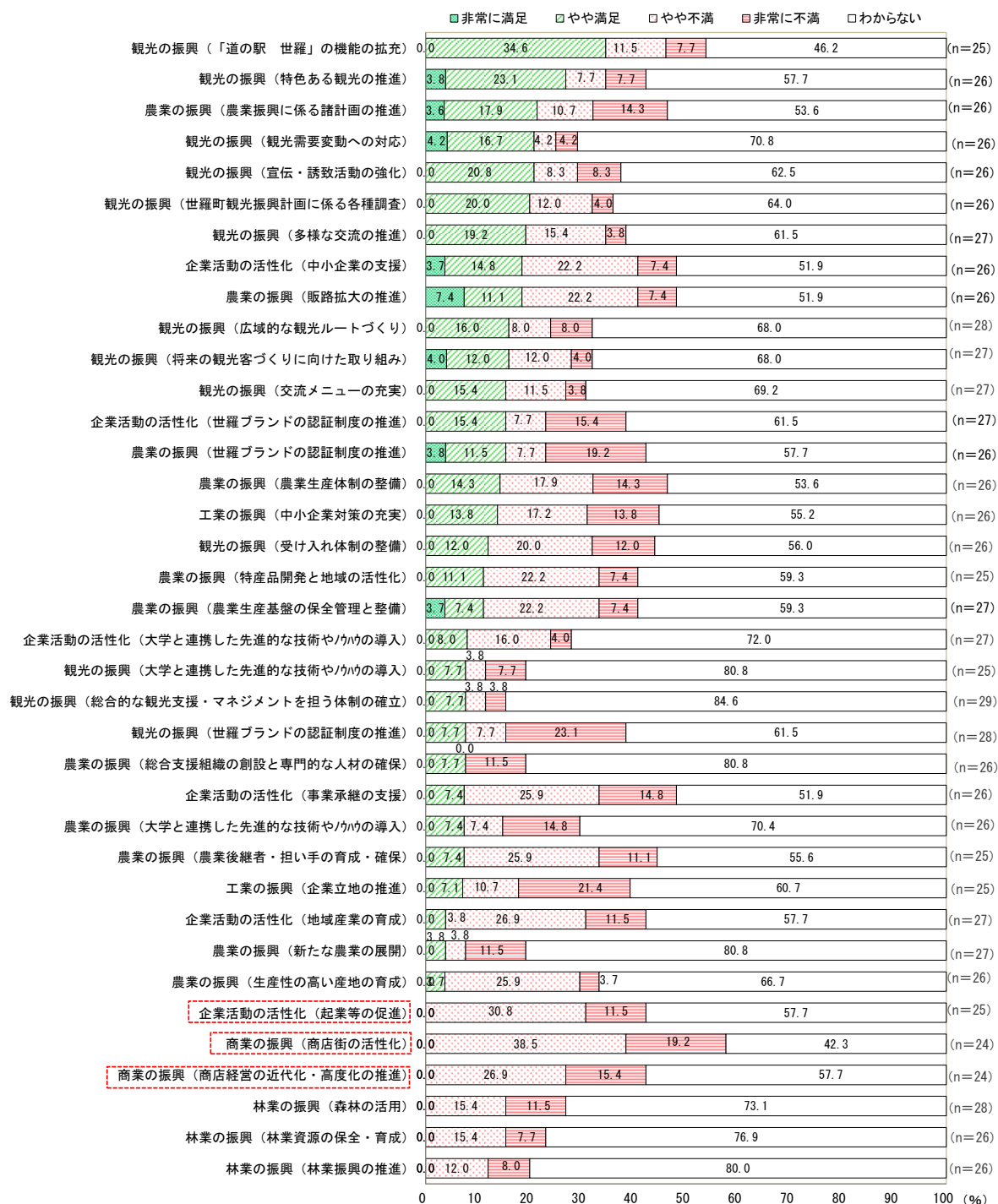


(2) 方策別の実施状況の満足度

「世羅町第2次長期総合計画における方策別の実施状況の満足度」について尋ねたところ、満足度が高いものは「観光の振興（『道の駅 世羅』の機能の拡充）」が34.6%と最も多く、次いで「観光の振興（特色ある観光の推進）」（26.9%）、「農業の振興（農業振興に係る諸計画の推進）」（21.5%）などの順となっている。

一方、満足度が低いものは「商業の振興（商店街の活性化）」が57.7%と最も多く、次いで「企業活動の活性化（起業等の促進）」（42.3%）、「商業の振興（商店経営の近代化・高度化の推進）」（42.3%）などの順となっている（図表37）。

図表 37 世羅町第2次長期総合計画における方策別の実施状況の満足度

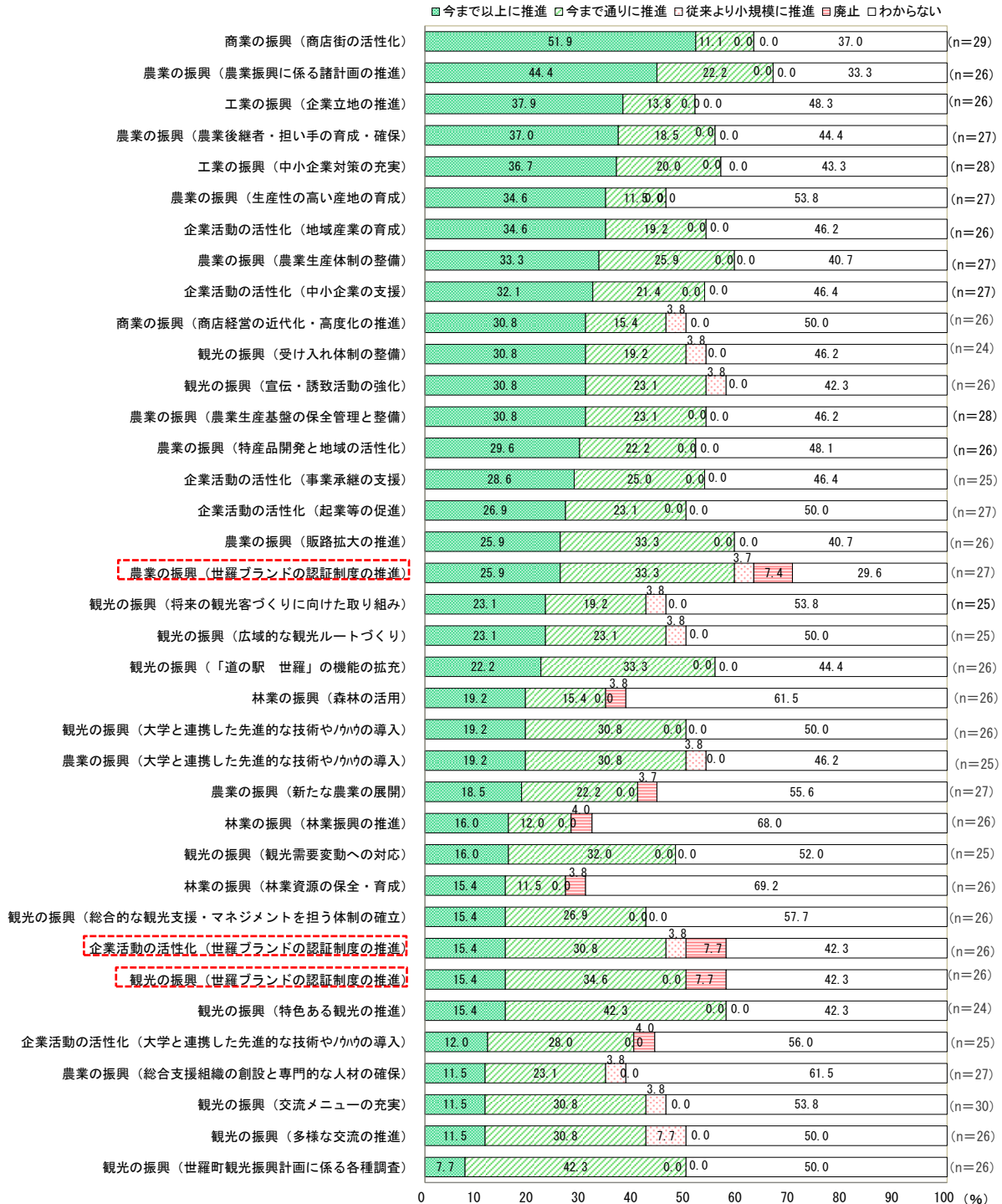


(3) 方策別の推進度合

「世羅町第2次長期総合計画における方策別の今後の推進度合」について尋ねたところ、今まで以上に推進を求めるものは「商業の振興（商店街の活性化）」が51.9%と最も多く、次いで「農業の振興（農業振興に係る諸計画の推進）」(44.4%)、「工業の振興（企業立地の推進）」(37.9%)などの順となっている。

一方、廃止を求めるものは「世羅ブランドの認証制度の推進」に関する方策などが挙げられている（図表38）。

図表38 世羅町第2次長期総合計画における方策別の今後の推進度合

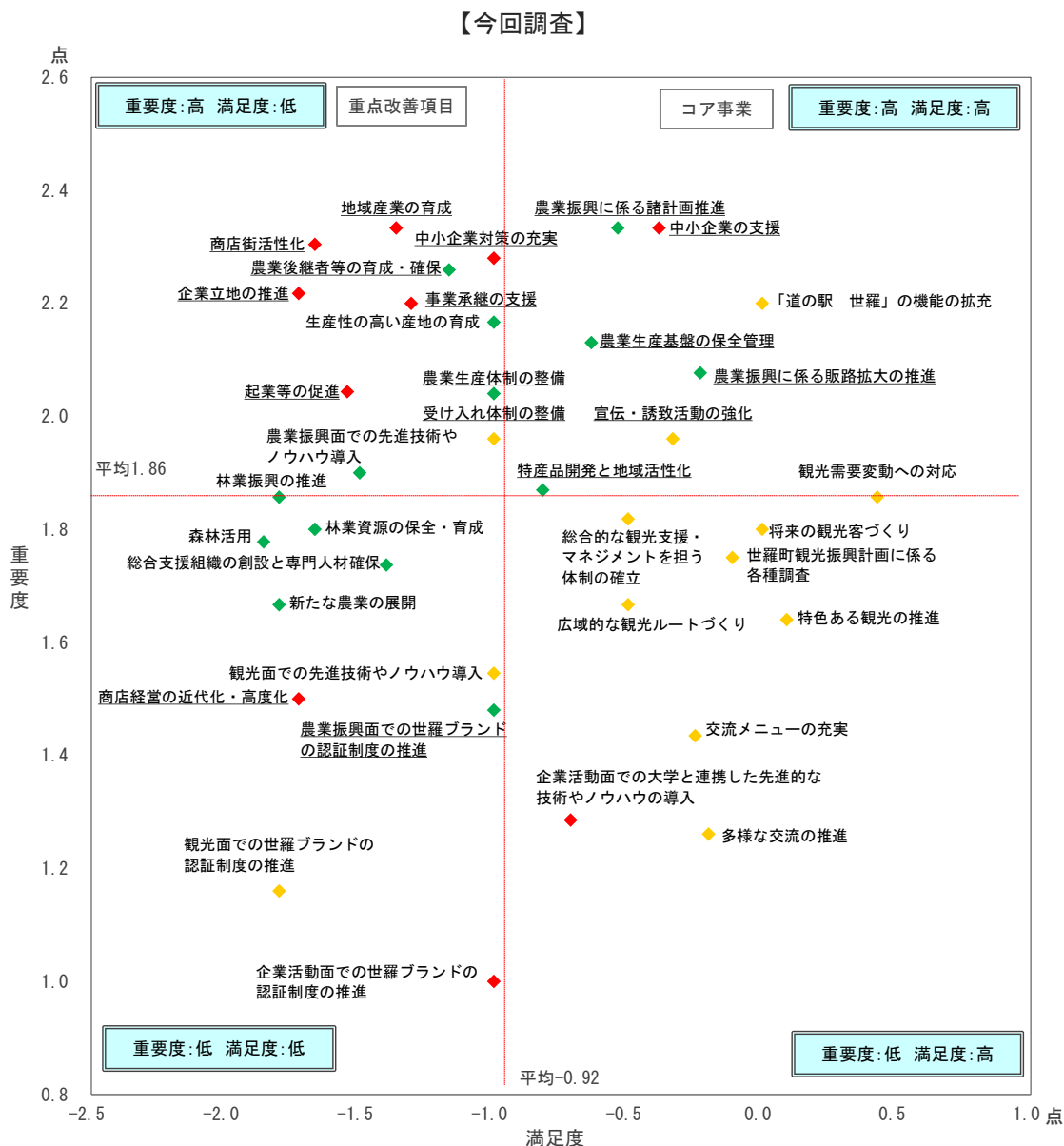


(4) 方策の満足度と重要度

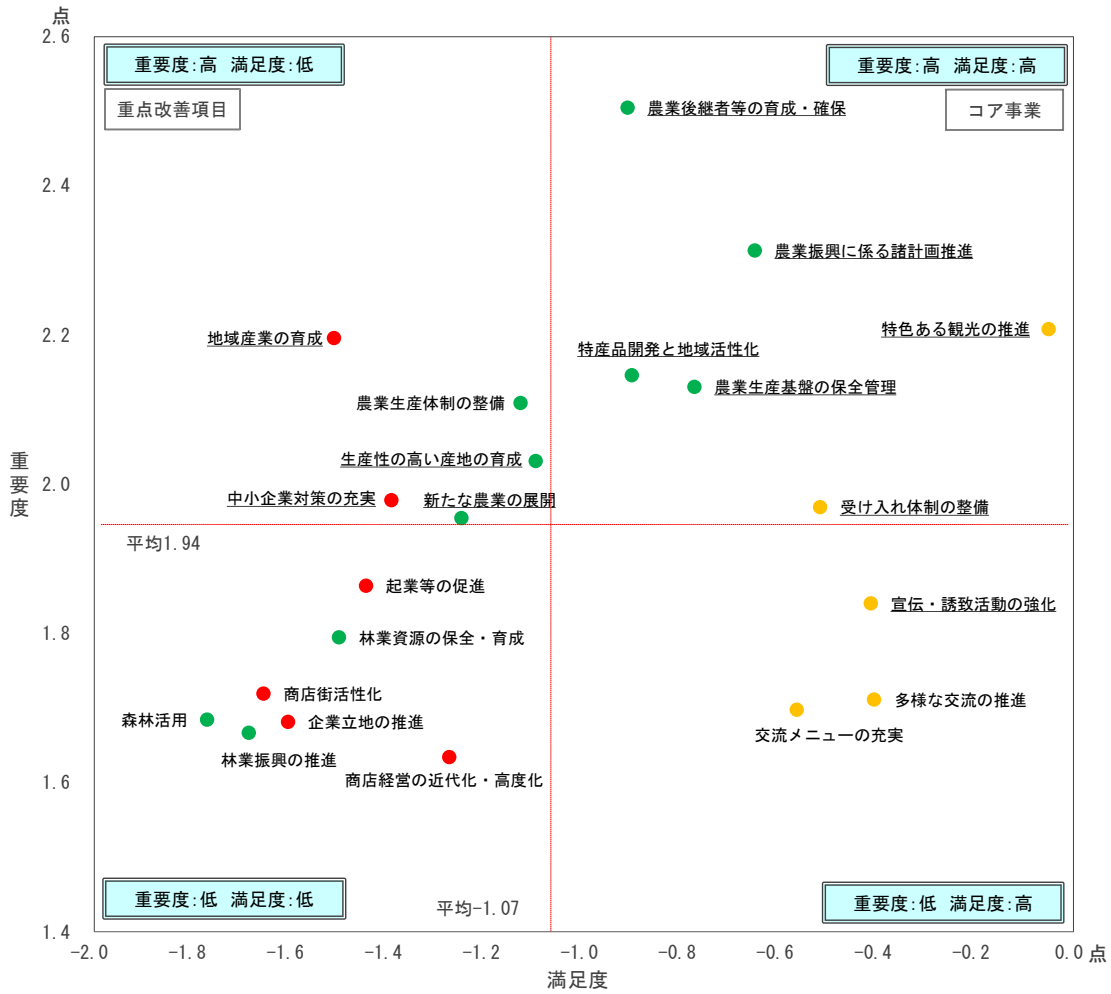
以下では、「方策の満足度と重要度」について点数化した散布図を作成し、「重要度：高 満足度：高」（重要度・満足度とも平均以上）の領域を自治体にとっての「コア事業」の領域とし、「重要度：高 満足度：低」（重要度は平均以上、満足度は平均以下）の領域を「重点改善項目」の領域とした。

このうち、「コア事業」の領域に該当する方策は「農業の振興（農業振興に係る諸計画の推進）」、「企業活動の活性化（中小企業の支援）」、「観光の振興（『道の駅 世羅』の機能の拡充）」、「観光の振興（観光需要変動への対応）」など8項目、「重点改善項目」の領域に該当する項目は「企業活動の活性化（地域産業の育成）」、「商業の振興（商店街の活性化）」、「工業の振興（企業立地の推進）」、「林業の振興（林業振興の推進）」など12項目となっている（図表 39）。

図表 39 世羅町第2次長期総合計画における方策別の満足度と重要度



【参考：前回調査】



【参考：コア事業・重点改善項目の今回と前回の対比】

	前回	今回
コア事業	農業の振興（農業振興に係る諸計画の推進）	農業の振興（農業振興に係る諸計画の推進）
	農業の振興（農業生産基盤の保全管理と整備）	農業の振興（農業生産基盤の保全管理と整備）
	農業の振興（特産品開発と地域の活性化）	農業の振興（特産品開発と地域の活性化）
	農業の振興（農業後継者・担い手の育成・確保）	農業の振興（販路拡大の推進）
	観光の振興（特色ある観光の推進）	企業活動の活性化（中小企業の支援）
	観光の振興（受け入れ体制の整備）	観光の振興（観光需要変動への対応）
	-	観光の振興（宣伝・誘致活動の強化）
	-	観光の振興（「道の駅 世羅」の機能の拡充）
重点改善項目	農業の振興（農業生産体制の整備）	農業の振興（農業生産体制の整備）
	農業の振興（生産性の高い産地の育成）	農業の振興（生産性の高い産地の育成）
	工業の振興（中小企業対策の充実）	工業の振興（中小企業対策の充実）
	企業活動の活性化（地域産業の育成）	企業活動の活性化（地域産業の育成）
	農業の振興（新たな農業の展開）	農業の振興（農業後継者・担い手の育成・確保）
	-	農業の振興（大学と連携した先進的な技術やノウハウの導入）
	-	林業の振興（林業振興の推進）
	-	商業の振興（商店街の活性化）
	-	工業の振興（企業立地の推進）
	-	企業活動の活性化（起業等の促進）
	-	企業活動の活性化（事業承継の支援）
	-	観光の振興（受け入れ体制の整備）