

地域経済動向に関するアンケート調査
— 報告書 —

南さつま商工会議所

2024年3月

目 次

I	調査の概要	1
1	調査の目的	1
2	調査の方法	1
3	D. I.について	1
4	本報告書の見方	2
II	事業所向けアンケート調査結果	3
1	調査結果の概要	3
2	回答事業所の属性	4
3	調査結果の詳細	5
III	個人向けアンケート調査結果	20
1	調査結果の概要	20
2	回答者の属性	20
3	調査結果の詳細	21
	【参考資料】	32

I 調査の概要

1. 調査の目的

南さつま商工会議所では、2019年に経済産業省から「経営発達支援計画」の認定を受け、地域経済の活性化などに取り組んでいる。

本調査は上記事業の一環として地域の経済動向、経営環境の調査を行うことにより、小規模事業者の経営支援を行うための基礎データを得るために実施するものである。

2. 調査の方法

(1) 調査対象

南さつま商工会議所の会員 579 先を対象に、調査票を郵送にて発送、回収し調査を実施した。

(2) 調査時期

2023年12月8日～2024年2月27日

(3) アンケート送付数及び有効回答数（率）

アンケート送付数及び有効回答数（率）は下表のとおりである。

アンケート 送付数	有効 回答数	地区内訳		有効 回答率
		南さつま市	その他	
579	137	132	5	23.7%

3. D.I.について

D.I.とは Diffusion Index の略で、企業の業況マインドや製品の在庫、雇用人員の過不足等について、回答企業の判断を指数化したもの。内閣府が発表する「景気動向指数」や、日本銀行の「短観」等で用いられており、各種研究機関等が実施する調査においても、自社の業況や売上（完工）高、資金繰りや雇用人員等を指数化し調査している。

算出にあたっては、例えば、業況の見通しについて「良い・普通・悪い」と選択肢があった場合、「良い」と回答した企業の割合から「悪い」と回答した企業の割合を差し引いて求める。業況見通し D.I. は現状判断、景気の前測等に用いられている。

<算出の例> 業況見通し（回答数 100 社の場合）

良い 35 社（35%）

普通 40 社（40%）

悪い 25 社（25%）

業況見通し D.I.

$35 (\%) - 25 (\%) = 10 (\%)$

4. 本報告書の見方

- (1) 表・グラフ内の「n」は、質問に対する集計対象総数であり、割合算出の基準である。割合は、「n」に対する各選択肢の百分率(%)で小数点、または小数第1位以下を四捨五入して表記している。端数処理の関係で、合計が100%とならない場合がある。
- (2) 2つ以上の回答(複数回答)をすることができる設問は、各選択肢の割合の合計が100%を超える場合がある。
- (3) 本報告書で用いる「今期」と「来期」の期間は下表のとおりである。

	時 期
今 期	2023年10～12月期
来 期	2024年1～3月期

- (4) 「Ⅲ. 個人向けアンケート調査結果」の「3. 調査結果の詳細」の「(4) ふだん買い物をする場所・業態」(25～31頁)における場所・業態の定義、商品例は以下の通りである。

場所	業 態
地元 (南さつま商工会議所管内)	地域(地元)の商店・専門店 (生鮮食品などを含む)
	スーパー(量販店)
	コンビニエンスストア
	ドラッグストア
	ホームセンター
	ディスカウントストア
地元以外	百貨店
	専門店
	ショッピングモール
	通信販売(インターネット含む)

	商品	例
最寄品	食料品	生鮮食品、菓子類、飲料、米、瓶缶詰、調味料など
	日用雑貨品	金物、陶器、台所用品、日用品など
	実用衣料品	下着、肌着、靴下など
買い回り品	フォーマル衣料品など	スーツ、コート、寝具など
	身の回り品	靴、カバン、帽子、化粧品、服飾品など
	文化品	時計・電化製品、書籍・CD・文具、薬、カメラ・家具など
	贈答用品	中元、年末用品、記念品など

Ⅱ. 事業所向けアンケート調査結果

1. 調査結果の概要

事業所向けアンケートの調査結果の概要は以下のとおりである。

調査結果の概要

- 今期（2023年10～12月期）の業況D.I.は▲19であった。業種別にみると、運輸・通信業、農林水産業以外の業種では全てマイナスとなっており、特に小売業では▲55と厳しい状況となっている。
- 来期（2024年1～3月期）の業況見通しD.I.は▲20となり、今期（▲19）とほぼ横ばい。
- 今期の売上（完工）高D.I.は▲6。来期は▲15と今期（▲6）から悪化する見込み。
- 今期の仕入単価D.I.は77。来期の仕入単価D.I.は70と、今期（77）から下落する見込み。原材料価格の高騰が一巡したことによりD.I.は下落するが、水準は依然として高い。
- 今期の雇用人員D.I.は▲33。業種別にみると、運輸・通信業（▲67）、建設業（▲43）、製造業（▲38）で特に人手不足感が強い。来期の雇用人員D.I.は▲35と今期（▲33）からやや悪化。人手不足感はさらに強まる見込み。
- 本県の景気の現状については「横ばい」との回答が43%で最も多く、「拡大している」が15%、「後退している」が42%となり、D.I.は▲27となった。また、南さつま市の景気の現状については「拡大している」が10%、「後退している」が49%となり、D.I.は▲39となった。
- 現在直面している経営上の課題として、「原材料（仕入品）価格高」が67%と最も多く、次いで「人手不足・求人難」（43%）、「人件費等各種経費高」（38%）、「売上（受注）不振」（37%）の順となっている。
- 必要とする情報や支援で最も多かったのは、「各種補助金」（39%）だった。次いで、「販路開拓」（27%）、「設備投資」「人材教育」（ともに26%）の順となっている。

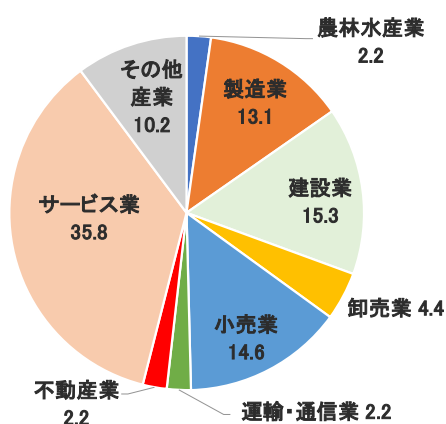
2. 回答事業所の属性

回答事業所が事業を行っている地区は、「南さつま市」96.4%、「その他」3.6%となっている。

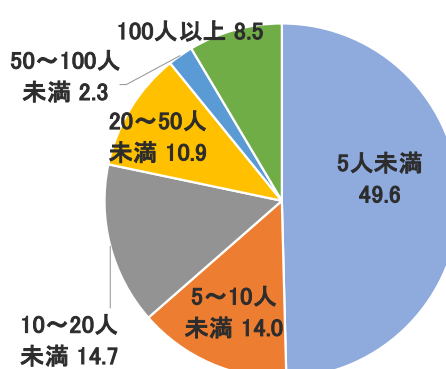
回答事業所の業種は、サービス業 35.8%、建設業 15.3%、小売業 14.6%、製造業 13.1%などとなっている。従業員数は「5人未満」が49.6%と最も多く、次いで「10～20人未満」(14.7%)、「5～10人未満」(14.0%)の順となった。

回答事業所の経営形態は「法人」が69.4%、「個人」が30.6%であり、約7割が「法人」である。回答事業所のうち、「法人」の資本金は「500万円未満」が46.7%で最も多く、次いで「2,000万円以上」(26.7%)、「500万円～1,000万円未満」(14.7%)の順となっている。

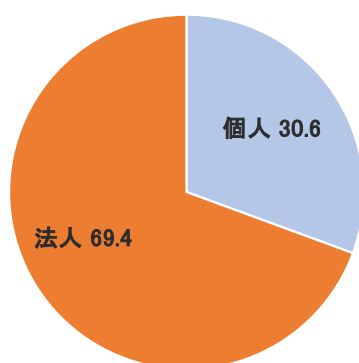
【業種】(n=137)



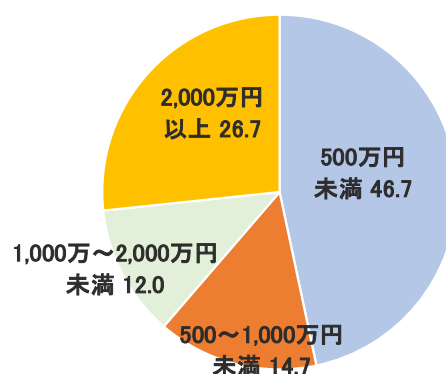
【従業員】(n=129)



【経営形態】(n=134)



【法人の資本金】(n=75)



※単位(%)

3. 調査結果の詳細

(1) 自社の業況などについて

①自社の業況 D.I.

今期(2023年10月～12月期)の業況 D.I.は▲19となった(「良い」15%、「普通」51%、「悪い」34%)。業種別にみると、運輸・通信業(67)と農林水産業(0)以外の業種の D.I.はマイナスとなった。特に小売業は▲55と厳しい状況となっており、卸売業、不動産業(ともに▲33)、製造業(▲28)の順にマイナス幅が大きくなっている。

来期(2024年1～3月期)の業況見通し D.I.は▲20と、今期(▲19)とほぼ横ばい(「良い」10%、「普通」61%、「悪い」30%)。業種別にみると、今期同様、運輸・通信業(67)と農林水産業(33)以外の業種の D.I.はマイナスとなっている。また、今期と比較すると、農林水産業、製造業、小売業は改善するものの、卸売業、サービス業、その他産業で悪化する見込み。建設業と運輸・通信業、不動産業の D.I.は今期と同水準。

九州経済研究所が実施している「第174回県内・企業業況調査」(KER調査)¹では、今期の業況 D.I.は▲14、来期の業況見通し D.I.は▲13となっている(9～10頁参照)。本調査における業況 D.I.は KER 調査における業況 D.I.より低くなっており、南さつま市の企業の景況感は鹿児島県内平均の景況感より悪い。

	2023年10～12月期				2024年1～3月期				今期比	
	今期実績				来期見込み					
	(A)	(B)	(C)	D.I.	(A)	(B)	(C)	D.I.		
	(%)	(%)	(%)	(A)-(C)	(%)	(%)	(%)	(A)-(C)		
自社の業況	良い	普通	悪い	▲19	良い	普通	悪い	▲20	↓	
	15	51	34		10	61	30			
	農林水産業	33	33	33	0	33	67	0	33	↑
	製造業	22	28	50	▲28	11	56	33	▲22	↑
	建設業	19	52	29	▲10	14	62	24	▲10	-
	卸売業	0	67	33	▲33	0	50	50	▲50	↓
	小売業	0	45	55	▲55	0	50	50	▲50	↑
	運輸・通信業	67	33	0	67	67	33	0	67	-
	不動産業	0	67	33	▲33	0	67	33	▲33	-
	サービス業	14	57	29	▲15	8	67	25	▲17	↓
その他産業	14	64	21	▲7	7	64	29	▲22	↓	

¹ 鹿児島県内の480社を対象(有効回答数:314社、有効回答率:65.4%)。2023年12月下旬実施。

②自社の売上（完工）高 D.I.

今期の売上（完工）高 D.I.は▲6 となった（「増加」27%、「横ばい」40%、「減少」33%）。業種別にみると、運輸・通信業（67）とその他産業（7）、建設業（4）はプラス。

来期の売上（完工）高 D.I.は▲15 と、今期（▲6）から悪化する見込み（「増加」14%、「横ばい」57%、「減少」29%）。業種別にみると、農林水産業を除くすべての業種で横ばい、もしくは悪化する見込み。

③製品・商品在庫 D.I.

今期の製品・商品在庫 D.I.は▲5 となった（「多い」14%、「妥当」67%、「少ない」19%）。業種別にみると、小売業（▲25）、建設業（▲15）、サービス業（▲7）で在庫水準が低くなっている。

来期の製品・商品在庫 D.I.は▲6 と、今期（▲5）とほぼ横ばい（「多い」9%、「妥当」77%、「少ない」15%）。

	2023年10～12月期				2024年1～3月期				今 期 比	
	今期実績				来期見込み					
	(A)	(B)	(C)	D.I.	(A)	(B)	(C)	D.I.		
	(%)	(%)	(%)	(A) - (C)	(%)	(%)	(%)	(A) - (C)		
売上（完工）高	増加	横ばい	減少	▲6	増加	横ばい	減少	▲15	↓	
	27	40	33		14	57	29			
	農林水産業	33	33	33	0	33	67	0	33	↑
	製造業	28	33	39	▲11	17	56	28	▲11	-
	建設業	33	38	29	4	10	67	24	▲14	↓
	卸売業	0	67	33	▲33	0	50	50	▲50	↓
	小売業	25	30	45	▲20	5	60	35	▲30	↓
	運輸・通信業	67	33	0	67	67	33	0	67	-
	不動産業	0	67	33	▲33	0	67	33	▲33	-
	サービス業	25	45	31	▲6	15	54	31	▲16	↓
その他産業	36	36	29	7	21	50	29	▲8	↓	
製品・商品在庫	多い	妥当	少ない	▲5	多い	妥当	少ない	▲6	↓	
	14	67	19		9	77	15			
	農林水産業	50	0	50	0	0	100	0	0	-
	製造業	28	67	6	22	28	61	11	17	↓
	建設業	11	63	26	▲15	0	74	26	▲26	↓
	卸売業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
	小売業	15	45	40	▲25	20	55	25	▲5	↑
	運輸・通信業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
	不動産業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
	サービス業	9	76	16	▲7	4	87	9	▲5	↑
その他産業	17	67	17	0	0	83	17	▲17	↓	

④販売単価 D.I.

今期の販売単価 D.I.は 33 となった（「上昇」42%、「横ばい」50%、「低下」9%）。業種別にみると、農林水産業（67）、建設業、小売業（ともに 50）で高くなっている。

来期の販売単価 D.I.は 28 と、今期（33）から下落する見込み（「上昇」34%、「横ばい」60%、「低下」6%）。すべての業種で今期から横ばい、または下落する見込み。

⑤仕入価格 D.I.

今期の仕入単価 D.I.は 77 となった（「上昇」79%、「横ばい」19%、「低下」2%）。業種別にみると、農林水産業、卸売業、運輸・通信業（いずれも 100）で高くなっている。

来期の仕入単価 D.I.は 70 と、今期（77）から下落する見込み（「上昇」72%、「横ばい」27%、「低下」2%）。原材料価格の高騰が一巡したことにより D.I.は下落するものの、水準は依然として高い。

	2023年10～12月期				2024年1～3月期				今 期 比	
	今期実績				来期見込み					
	(A)	(B)	(C)	D.I.	(A)	(B)	(C)	D.I.		
	(%)	(%)	(%)	(A) - (C)	(%)	(%)	(%)	(A) - (C)		
販売単価	上昇	横ばい	低下	33	上昇	横ばい	低下	28	↓	
	42	50	9		34	60	6			
	農林水産業	67	33	0	67	67	33	0	67	-
	製造業	44	50	6	38	33	67	0	33	↓
	建設業	60	30	10	50	52	43	5	47	↓
	卸売業	50	33	17	33	33	67	0	33	-
	小売業	60	30	10	50	50	40	10	40	↓
	運輸・通信業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
	不動産業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
	サービス業	34	55	11	23	21	72	6	15	↓
その他産業	8	92	0	8	25	58	17	8	-	
仕入単価 (原材料)	上昇	横ばい	低下	77	上昇	横ばい	低下	70	↓	
	79	19	2		72	27	2			
	農林水産業	100	0	0	100	100	0	0	100	-
	製造業	89	11	0	89	67	33	0	67	↓
	建設業	85	10	5	80	80	15	5	75	↓
	卸売業	100	0	0	100	50	50	0	50	↓
	小売業	75	25	0	75	75	25	0	75	-
	運輸・通信業	100	0	0	100	100	0	0	100	-
	不動産業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
	サービス業	78	17	4	74	72	28	0	72	↓
その他産業	50	50	0	50	58	33	8	50	-	

⑥資金繰り D.I.

今期の資金繰り D.I.は▲15 となった（「楽」7%、「普通」71%、「苦しい」22%）。業種別にみると、運輸・通信業（67）とその他産業（7）のみがプラスとなっている。

来期の資金繰り D.I.は▲18 と今期（▲15）からやや悪化する見込み（「楽」4%、「普通」74%、「苦しい」22%）。

⑦雇用人員 D.I.

今期の雇用人員 D.I.は▲33 となった（「過剰」2%、「適正」63%、「不足」35%）。業種別にみると、運輸・通信業（▲67）、建設業（▲43）、製造業（▲38）で特に人手不足感が強い。

来期の雇用人員 D.I.は▲35 と今期（▲33）からやや悪化（「過剰」2%、「適正」62%、「不足」37%）。人手不足感はさらに強まる見込み。

	2023年10～12月期				2024年1～3月期				今期比
	今期実績			D.I.	来期見込み			D.I.	
	(A)	(B)	(C)		(A)	(B)	(C)		
	(%)	(%)	(%)	(A)-(C)	(%)	(%)	(%)	(A)-(C)	
資金繰り	楽	普通	苦しい	▲15	楽	普通	苦しい	▲18	↓
	7	71	22		4	74	22		
農林水産業	33	33	33	0	0	67	33	▲33	↓
製造業	0	83	17	▲17	0	78	22	▲22	↓
建設業	10	62	29	▲19	5	76	19	▲14	↑
卸売業	0	50	50	▲50	0	67	33	▲33	↑
小売業	10	70	20	▲10	5	70	25	▲20	↓
運輸・通信業	67	33	0	67	67	33	0	67	-
不動産業	0	100	0	0	0	100	0	0	-
サービス業	2	73	25	▲23	2	72	26	▲24	↓
その他産業	14	79	7	7	7	86	7	0	↓
雇用人員	過剰	適正	不足	▲33	過剰	適正	不足	▲35	↓
	2	63	35		2	62	37		
農林水産業	0	67	33	▲33	0	33	67	▲67	↓
製造業	0	63	38	▲38	0	63	38	▲38	-
建設業	0	57	43	▲43	0	57	43	▲43	-
卸売業	0	83	17	▲17	0	83	17	▲17	-
小売業	10	65	25	▲15	5	65	30	▲25	↓
運輸・通信業	0	33	67	▲67	0	33	67	▲67	-
不動産業	0	67	33	▲33	0	67	33	▲33	-
サービス業	0	67	33	▲33	0	64	36	▲36	↓
その他産業	7	50	43	▲36	7	57	36	▲29	↑

【参考】KER 調査（県内企業対象）との比較（今期（2023年10～12月期））

		今期（2023年10～12月期）		
		本調査	KER調査	差
業況D.I.	全業種	▲ 19	▲ 14	▲ 5
	製造業	▲ 28	▲ 18	▲ 10
	建設業	▲ 10	▲ 27	17
	卸売業	▲ 33	▲ 14	▲ 19
	小売業	▲ 55	▲ 21	▲ 34
	その他産業	▲ 9	▲ 4	▲ 5
売上（完工）高D.I.	全業種	▲ 6	0	▲ 6
	製造業	▲ 11	▲ 8	▲ 3
	建設業	4	▲ 42	46
	卸売業	▲ 33	20	▲ 53
	小売業	▲ 20	10	▲ 30
	その他産業	▲ 1	16	▲ 17
製品・商品在庫D.I.	全業種	▲ 5	2	▲ 7
	製造業	22	0	22
	建設業	▲ 15	▲ 13	▲ 2
	卸売業	0	11	▲ 11
	小売業	▲ 25	15	▲ 40
	その他産業	▲ 4	▲ 1	▲ 3
販売単価D.I.	全業種	33	40	▲ 7
	製造業	38	42	▲ 4
	建設業	50	42	8
	卸売業	33	60	▲ 27
	小売業	50	58	▲ 8
	その他産業	21	20	1
仕入単価D.I.	全業種	77	70	7
	製造業	89	73	16
	建設業	80	72	8
	卸売業	100	68	32
	小売業	75	69	6
	その他産業	71	65	6
資金繰りD.I.	全業種	▲ 15	▲ 13	▲ 2
	製造業	▲ 17	▲ 13	▲ 4
	建設業	▲ 19	0	▲ 19
	卸売業	▲ 50	▲ 17	▲ 33
	小売業	▲ 10	▲ 22	12
	その他産業	▲ 11	▲ 10	▲ 1
雇用人員D.I.	全業種	▲ 33	▲ 52	19
	製造業	▲ 38	▲ 43	5
	建設業	▲ 43	▲ 57	14
	卸売業	▲ 17	▲ 49	32
	小売業	▲ 15	▲ 57	42
	その他産業	▲ 36	▲ 58	22

注 1) KER 調査は 2023 年 12 月下旬実施（県内 480 社対象、314 社（65.4%）回答）

注 2) 本調査の「その他産業」は農林水産業、運輸・通信業、不動産業、サービス業、その他の合計

【参考】KER 調査（県内企業対象）との比較（来期（2024年1～3月期））

		来期（2024年1～3月期）		
		本調査	KER調査	差
業況D.I.	全業種	▲ 20	▲ 13	▲ 7
	製造業	▲ 22	▲ 19	▲ 3
	建設業	▲ 10	▲ 9	▲ 1
	卸売業	▲ 50	▲ 11	▲ 39
	小売業	▲ 50	▲ 8	▲ 42
	その他産業	▲ 13	▲ 13	0
売上（完工）高D.I.	全業種	▲ 15	▲ 1	▲ 14
	製造業	▲ 11	5	▲ 16
	建設業	▲ 14	▲ 29	15
	卸売業	▲ 50	17	▲ 67
	小売業	▲ 30	▲ 4	▲ 26
	その他産業	▲ 10	1	▲ 11
製品・商品在庫D.I.	全業種	▲ 6		
	製造業	17		
	建設業	▲ 26		
	卸売業	0		
	小売業	▲ 5		
	その他産業	▲ 7		
販売単価D.I.	全業種	28	29	▲ 1
	製造業	33	31	2
	建設業	47	28	19
	卸売業	33	31	2
	小売業	40	52	▲ 12
	その他産業	15	13	2
仕入単価D.I.	全業種	70	58	12
	製造業	67	59	8
	建設業	75	56	19
	卸売業	50	51	▲ 1
	小売業	75	65	10
	その他産業	69	58	11
資金繰りD.I.	全業種	▲ 18	▲ 18	0
	製造業	▲ 22	▲ 18	▲ 4
	建設業	▲ 14	▲ 4	▲ 10
	卸売業	▲ 33	▲ 17	▲ 16
	小売業	▲ 20	▲ 29	9
	その他産業	▲ 14	▲ 16	2
雇用人員D.I.	全業種	▲ 35	▲ 52	17
	製造業	▲ 38	▲ 42	4
	建設業	▲ 43	▲ 59	16
	卸売業	▲ 17	▲ 43	26
	小売業	▲ 25	▲ 56	31
	その他産業	▲ 38	▲ 57	19

注 1) KER 調査は 2023 年 12 月下旬実施（県内 480 社対象、314 社（65.4%）回答）

注 2) 本調査の「その他産業」は農林水産業、運輸・通信業、不動産業、サービス業、その他の合計

注 3) KER 調査は「製品・商品在庫 D.I.（来期）」はなし

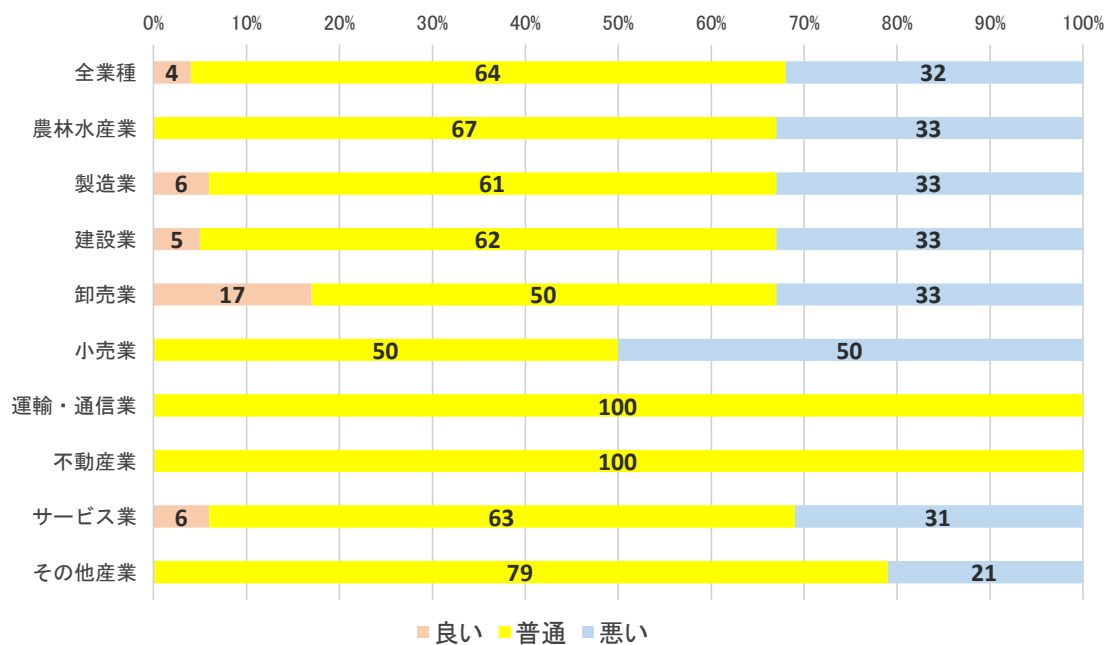
(2) 2024 年の自社の業況見込み。

2024 年の自社の業況について、「普通」との回答が 64%で最も多く、次いで、「悪い」(32%)、「良い」(4%) の順となり、D.I.は▲28 となった。

業種別 D.I.をみると、運輸・通信業、不動産業（ともに 0）を除くすべての業種でマイナスとなっている。特に小売業（▲50）、農林水産業（▲33）、建設業（▲28）、製造業（▲27）の水準が低くなっている。

農林水産業、小売業、運輸・通信業、不動産業では「良い」との回答がなかった。

【2024 年の自社の業況】 (n=137)



(単位：%、円)

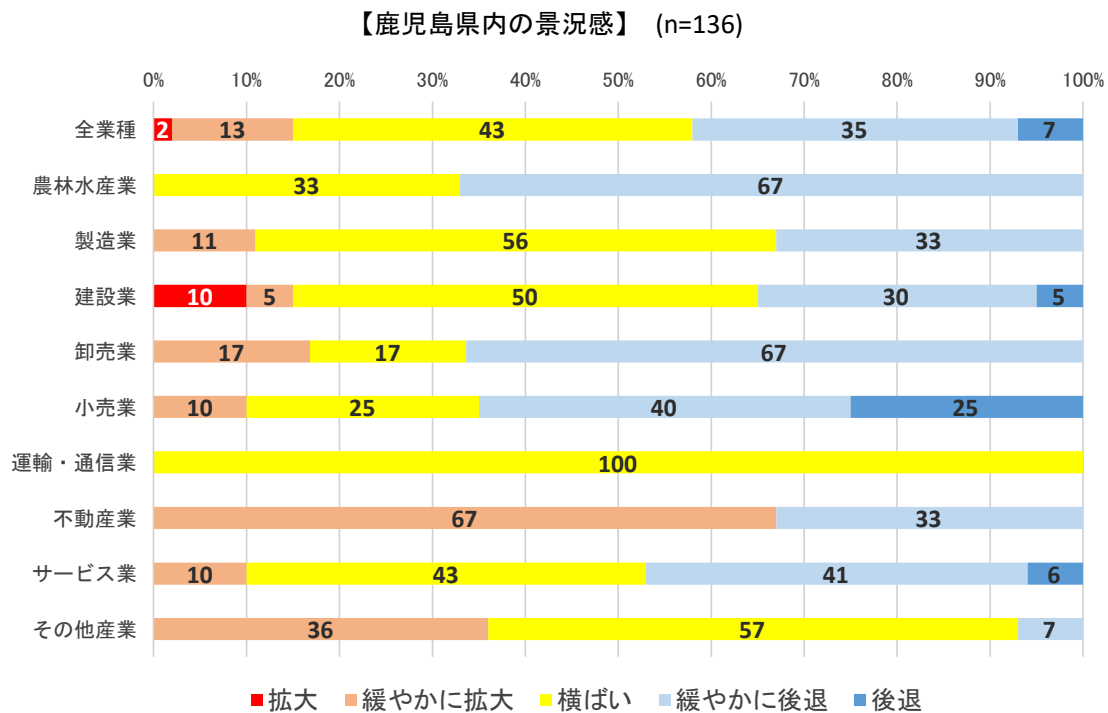
	全業種	農林水産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・通信業	不動産業	サービス業	その他産業
D.I.	▲28	▲33	▲27	▲28	▲16	▲50	0	0	▲25	▲21
良い	4	0	6	5	17	0	0	0	6	0
普通	64	67	61	62	50	50	100	100	63	79
悪い	32	33	33	33	33	50	0	0	31	21

(3) 鹿児島県内の景況感

本県の景気の現状については「横ばい」との回答が43%で最も多く、「拡大している」（「拡大」と「緩やかに拡大」の合計）が15%、「後退している」（「後退」と「緩やかに後退」の合計）が42%となり、D.I.は▲27となった。

D.I.を業種別にみると、不動産業（34）、その他産業（29）、運輸・通信業（0）を除くすべての業種でマイナスとなっている。

九州経済研究所が実施した「第174回県内・企業業況調査」（KER調査）では、本県の景気の現状についてD.I.は16となっている（13頁参照）。本調査における本県景気の現状D.I.はKER調査におけるD.I.より低くなっており、南さつま市の事業所の本県景気の現状に対する認識は厳しい。



(単位: %, 票)

	D.I.	拡大	緩やかに拡大	横ばい	緩やかに後退	後退
全業種	▲27	2	13	43	35	7
農林水産業	▲67	0	0	33	67	0
製造業	▲22	0	11	56	33	0
建設業	▲20	10	5	50	30	5
卸売業	▲50	0	17	17	67	0
小売業	▲55	0	10	25	40	25
運輸・通信業	0	0	0	100	0	0
不動産業	34	0	67	0	33	0
サービス業	▲37	0	10	43	41	6
その他産業	29	0	36	57	7	0

【参考】KER 調査（県内企業対象）との比較（鹿児島県内の景況感）

《本調査》

（単位：%、割）

	D.I.	拡大	緩やかに拡大	横ばい	緩やかに後退	後退
全業種	▲ 27	2	13	43	35	7
製造業	▲ 22	0	11	56	33	0
建設業	▲ 20	10	5	50	30	5
卸売業	▲ 50	0	17	17	67	0
小売業	▲ 55	0	10	25	40	25
その他産業	▲ 20	0	17	46	33	4

《KER 調査》

（単位：%、割）

	D.I.	拡大	緩やかに拡大	横ばい	緩やかに後退	後退
全業種	16	1	28	58	11	2
製造業	12	0	28	56	15	1
建設業	0	2	20	56	18	4
卸売業	15	3	26	57	14	0
小売業	17	0	31	55	10	4
その他産業	26	1	30	64	4	1



注 1) KER 調査は 2023 年 12 月下旬実施（県内 480 社対象、314 社（65.4%）回答）

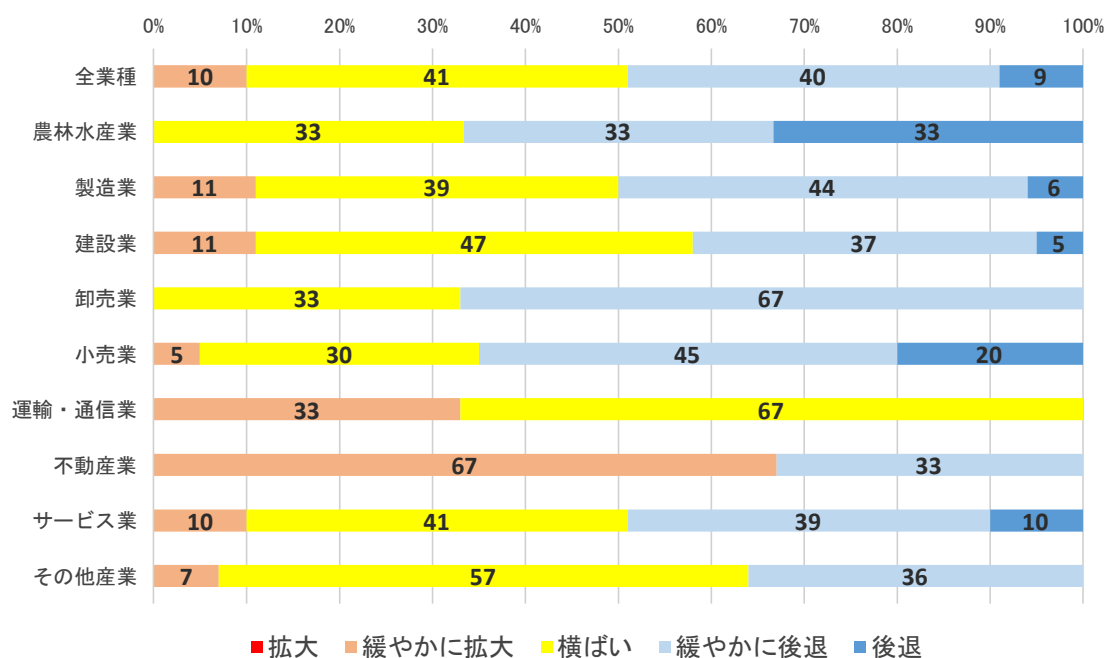
注 2) 本調査の「その他産業」は農林水産業、運輸・通信業、不動産業、サービス業、その他の合計

(4) 属する地域（南さつま市）の景気の現状

南さつま市の景気の現状については「拡大している」（「拡大」と「緩やかに拡大」の合計）が10%、「後退している」（「後退」と「緩やかに後退」の合計）が49%となり、D.I.は▲39となった。不動産業（34）、運輸・通信業（33）を除くすべての業種でマイナスとなっている。

本県景気の現状より、南さつま市の景気の現状を厳しいと捉えている事業所が多い。

【南さつま市の景況感】 (n=135)



(単位：%、割)

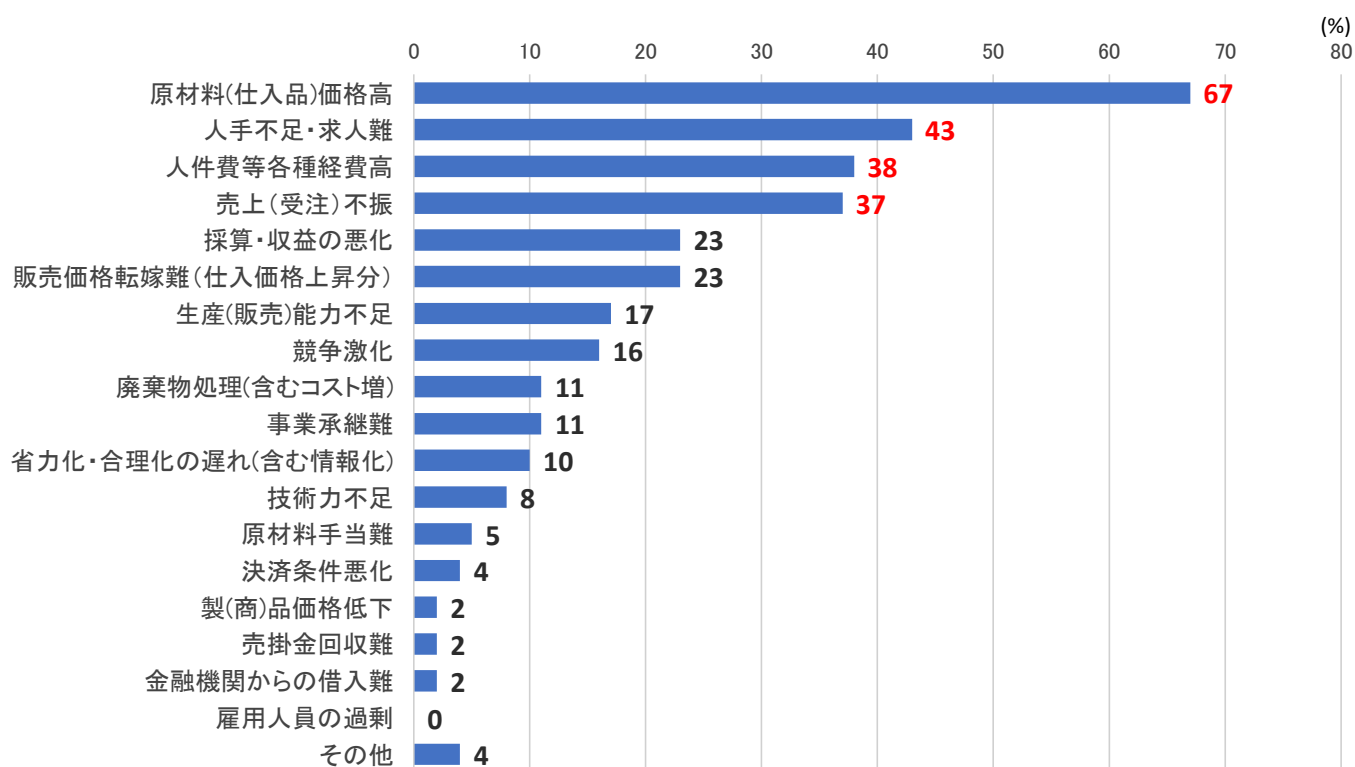
	D.I.	拡大	緩やかに拡大	横ばい	緩やかに後退	後退
全業種	▲39	0	10	41	40	9
農林水産業	▲66	0	0	33	33	33
製造業	▲39	0	11	39	44	6
建設業	▲31	0	11	47	37	5
卸売業	▲67	0	0	33	67	0
小売業	▲60	0	5	30	45	20
運輸・通信業	33	0	33	67	0	0
不動産業	34	0	67	0	33	0
サービス業	▲39	0	10	41	39	10
その他産業	▲29	0	7	57	36	0

(5) 経営上の課題

現在直面している経営上の課題として、「原材料（仕入品）価格高」が67%と最も多く、次いで「人手不足・求人難」（43%）、「人件費等各種経費高」（38%）、「売上（受注）不振」（37%）の順となっている。

九州経済研究所が実施した「第174回県内・企業業況調査」（KER調査）では、本県企業の経営上の問題点は「人手不足・求人難」が60%と最も多く、次いで「原材料（仕入品）価格高」（53%）、「人件費等各種経費高」（36%）、「売上（受注）不振」（34%）の順となっている（17頁参照）。

【経営上の課題】(n=133)



注)複数回答

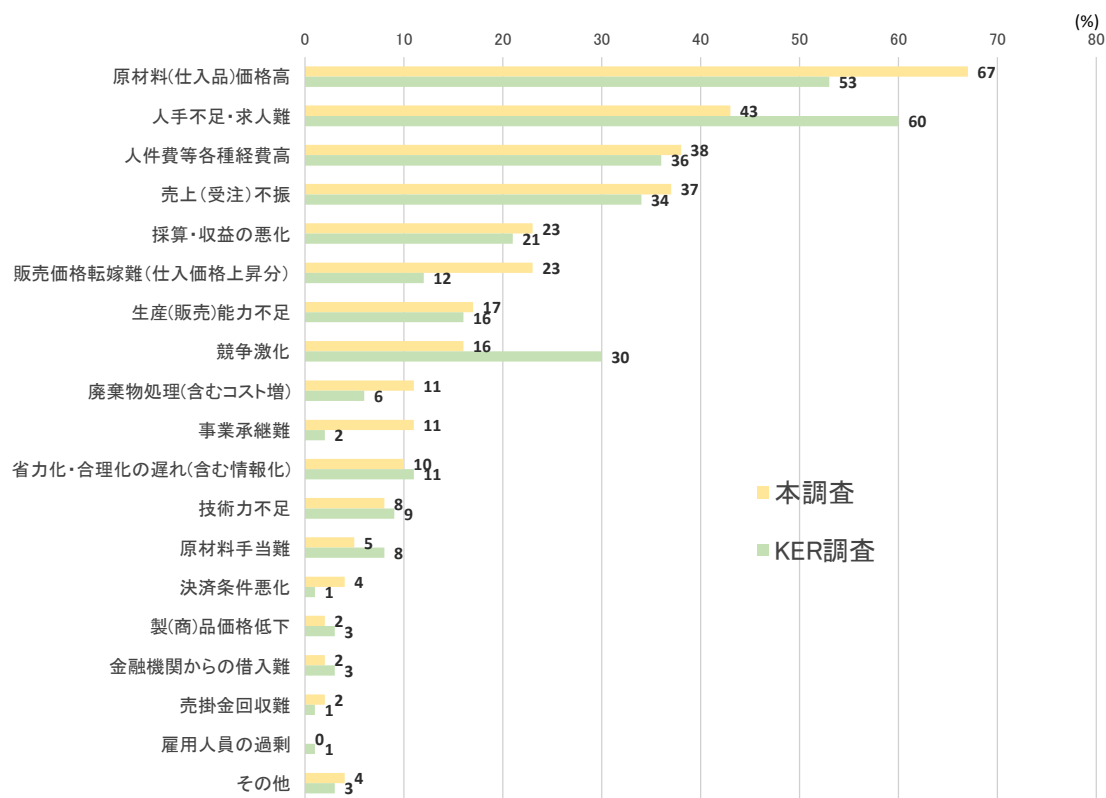
【経営上の課題（業種別）】（各業種上位3項目を赤で表示）

（単位：％）

	全業種	農林 水産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・ 通信業	不動産業	サービス 業	その他 産業
原材料(仕入品)価格高	67	100	89	67	100	60	0	0	70	39
人手不足・求人難	43	67	39	52	17	35	100	33	43	46
人件費等各種経費高	38	67	22	43	50	20	0	33	45	54
売上(受注)不振	37	0	44	48	67	45	0	0	34	15
採算・収益の悪化	23	67	33	24	33	15	0	0	21	23
販売価格転嫁難 (仕入価格上昇分)	23	67	28	5	33	30	0	0	30	8
生産(販売)能力不足	17	0	33	24	17	20	0	0	11	8
競争激化	16	0	11	14	0	15	0	0	23	15
廃棄物処理 (含むコスト増)	11	67	6	14	17	10	0	0	11	0
事業承継難	11	33	0	10	0	0	100	33	15	8
省力化・合理化の遅れ (含む情報化)	10	33	17	5	0	5	0	33	9	15
技術力不足	8	33	6	10	17	0	0	0	13	0
原材料手当難	5	0	17	5	17	0	0	0	4	0
決済条件悪化	4	0	0	10	0	5	0	0	4	0
製(商)品価格低下	2	0	0	0	17	5	0	0	2	0
売掛金回収難	2	0	6	0	17	0	0	0	2	0
金融機関からの借入難	2	0	11	0	0	5	0	0	0	0
雇用人員の過剰	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	4	0	6	0	0	5	0	33	2	8

注) 複数回答

【参考】KER 調査（県内企業対象）との比較（経営上の課題）



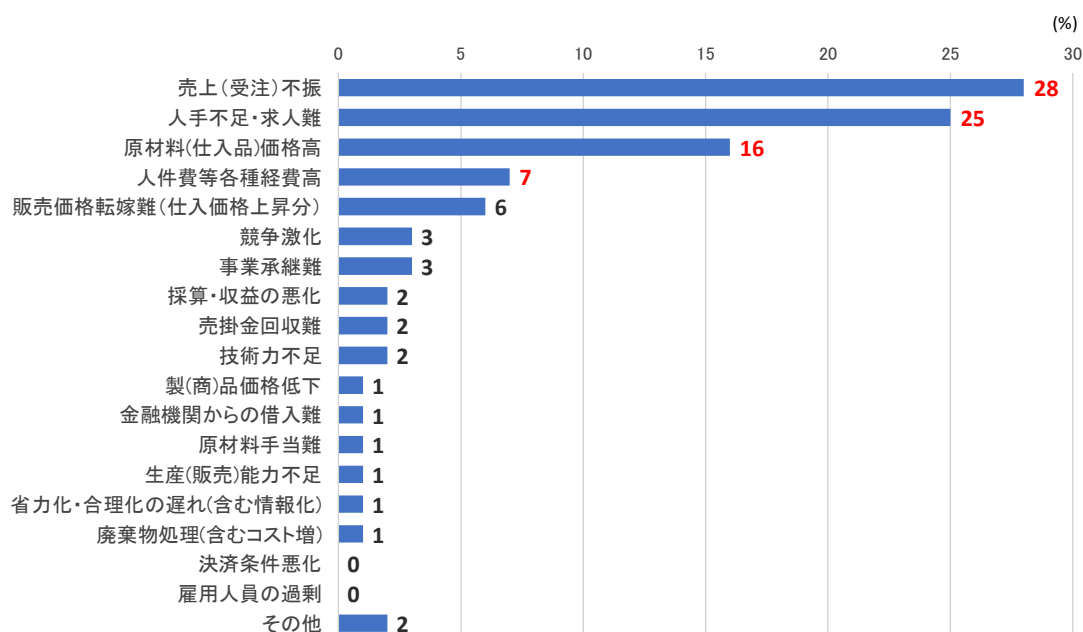
(単位：%)

	本調査	KER調査
原材料(仕入品)価格高	67	53
人手不足・求人難	43	60
人件費等各種経費高	38	36
売上(受注)不振	37	34
採算・収益の悪化	23	21
販売価格転嫁難(仕入価格上昇分)	23	12
生産(販売)能力不足	17	16
競争激化	16	30
廃棄物処理(含むコスト増)	11	6
事業承継難	11	2
省力化・合理化の遅れ(含む情報化)	10	11
技術力不足	8	9
原材料手当難	5	8
決済条件悪化	4	1
製(商)品価格低下	2	3
金融機関からの借入難	2	3
売掛金回収難	2	1
雇用人員の過剰	0	1
その他	4	3

注) 複数回答

また、経営上の課題の中で、最も重要度が高い課題は、「売上（受注）不振」が28%と最も多く、次いで「人手不足・求人難」（25%）、「原材料（仕入品）価格高」（16%）、「人件費等各種経費高」（7%）の順となっている。業種別にみると、「売上（受注）不振」は製造業、建設業、卸売業、サービス業で最重要課題として最も多く挙げられている。

【最も重要度の高い経営上の課題】(n=128)



【業種ごとの上位3項目】

	農林水産業	製造業	建設業
1位	原材料(仕入品)価格高	売上(受注)不振	売上(受注)不振
2位	人件費等各種経費高	人手不足・求人難	人手不足・求人難
3位	事業承継難	原材料(仕入品)価格高	原材料(仕入品)価格高

※農林水産業は3項目が同数、建設業は1位と2位が同数

	卸売業	小売業	運輸・通信業
1位	売上(受注)不振	人手不足・求人難	人手不足・求人難
2位	人手不足・求人難	売上(受注)不振	事業承継難
3位	販売価格転嫁難(仕入価格上昇分)	原材料(仕入品)価格高	

※卸売業は2位と3位が同数、運輸・通信業は1位と2位が同数

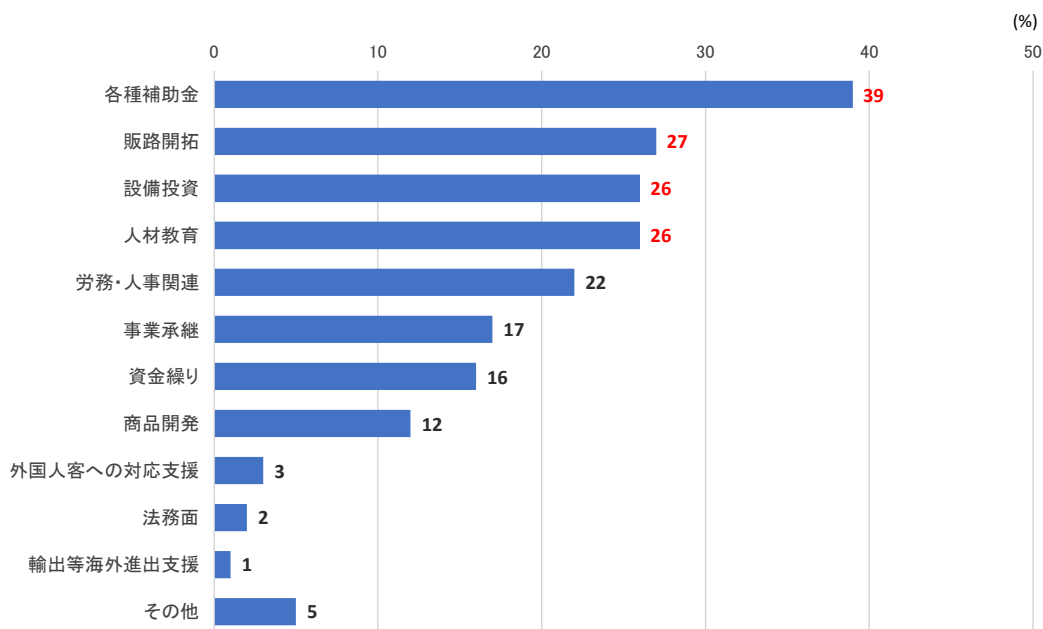
	不動産業	サービス業	その他産業
1位	事業承継難	売上(受注)不振	人手不足・求人難
2位	省力化・合理化の遅れ(含む情報化)	原材料(仕入品)価格高	人件費等各種経費高
3位		人手不足・求人難	売上(受注)不振 原材料(仕入品)価格高

※不動産、その他産業は1位と2位が同数

(6) 必要とする情報や支援

必要とする情報や支援で最も多かったのは、「各種補助金」(39%) だった。次いで、「販路開拓」(27%)、「設備投資」「人材教育」(ともに 26%) の順となっている。

【必要とする情報や支援】(n=121)



【必要とする情報や支援（業種別）】（各業種上位 3 項目を赤で表示）

(単位：%)

	全業種	農林 水産業	製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸・ 通信業	不動産業	サービス 業	その他 産業
各種補助金	39	100	17	32	33	41	33	33	54	18
販路開拓	27	33	44	26	50	24	0	0	27	9
設備投資	26	0	22	26	17	47	0	33	27	9
人材教育	26	33	17	32	17	29	0	0	27	36
労務・人事関連	22	33	11	21	0	24	33	0	27	36
事業承継	17	67	17	21	33	12	33	33	12	0
資金繰り	16	0	28	16	50	12	0	0	15	0
商品開発	12	0	22	11	33	6	0	0	12	0
外国人客への対応支援	3	0	11	0	0	0	0	0	2	0
法務面	2	0	6	0	0	0	0	0	0	9
輸出等海外進出支援	1	33	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	5	0	6	5	0	0	0	33	2	18

注) 複数回答

Ⅲ. 個人向けアンケート調査結果

1. 調査結果の概要

個人向けアンケートの調査結果の概要は以下のとおりである。

調査結果の概要

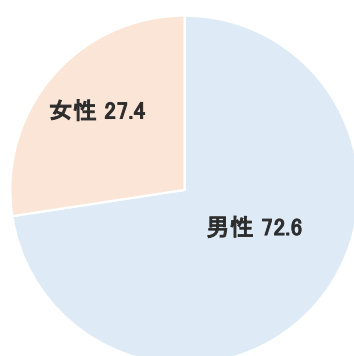
- 南さつま市の特産物といえば何かと尋ねたところ、「らっきょう」が79.6%と最も多かった。
- 南さつま市のお土産を渡すとしたら何かと尋ねたところ、「焼酎・ウイスキー」が58.4%と最も多かった。
- ふだん買い物をする場所・業態について尋ねたところ、食料品、日用雑貨品は「スーパー（量販店）」、実用衣料品は「ショッピングモール」、フォーマル衣料品など、文化品は「専門店」、身の回り品は「通信販売（インターネット含む）」、贈答品は「地域（地元）の商店・専門店」が最も多かった。

2. 回答者の属性

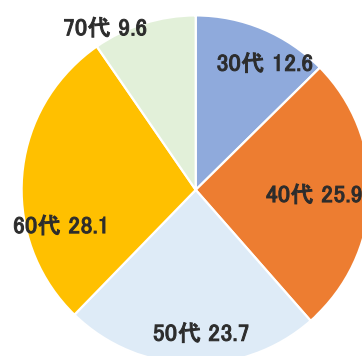
回答者は男性が72.6%、女性が27.4%。

年代別では30代が12.6%、40代が25.9%、50代が23.7%、60代が28.1%、70代が9.6%だった。

【性別】 (n=135)



【年代】 (n=135)



※単位 (%)

3. 調査結果の詳細

(1) 南さつま市の特産品

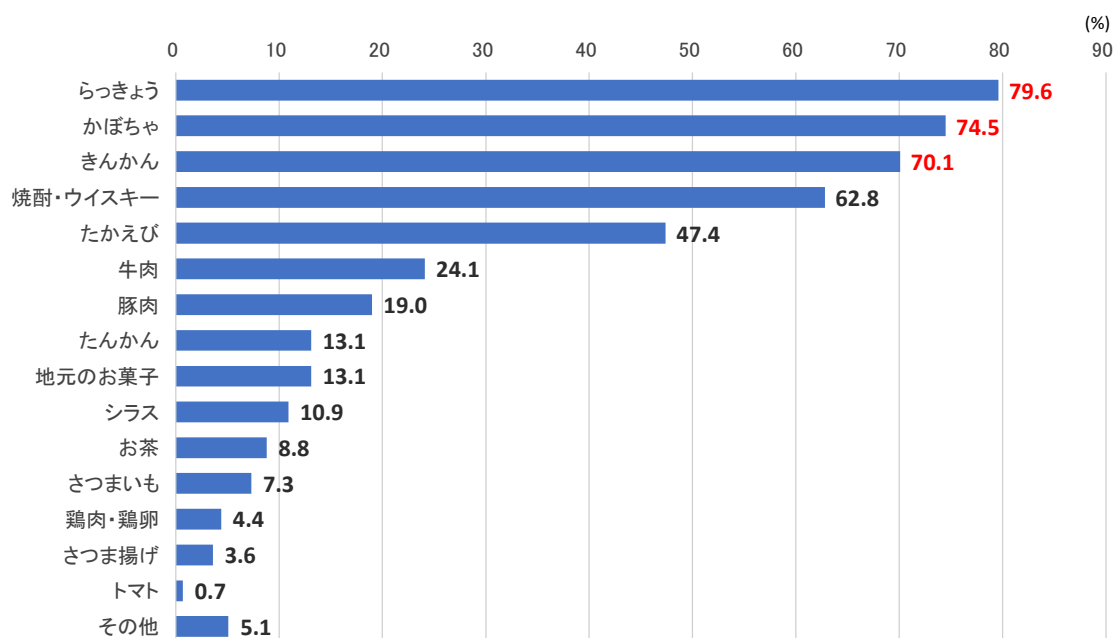
南さつま市の特産品といえば何か、と尋ねたところ「らっきょう」が 79.6%と最も多かった。次いで、「かぼちゃ」(74.5%)、「きんかん」(70.1%)が続いた。

男女別にみると、男女とも上位3項目は「らっきょう」「かぼちゃ」「きんかん」だった。

年代別では、30代で「焼酎・ウイスキー」「たかえび」、60代で「焼酎・ウイスキー」の回答も多かった。

「その他」では、「米(金峰米・早期米)」「漬物」「工芸品(陶器)」「原木椅子」が挙げられた。

【南さつま市の特産品】(n=137)



注)複数回答

○南さつま市の特産品〈男女別・年代別〉

(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
らっきょう	79.6	75.5	91.9	64.7	91.4	71.9	81.6	84.6
かぼちゃ	74.5	70.4	86.5	76.5	74.3	71.9	76.3	76.9
きんかん	70.1	64.3	83.8	64.7	68.6	71.9	68.4	76.9
焼酎・ウイスキー	62.8	61.2	64.9	70.6	62.9	56.3	71.1	38.5
たかえび	47.4	44.9	51.4	70.6	37.1	46.9	44.7	46.2
牛肉	24.1	22.4	29.7	17.6	17.1	28.1	28.9	30.8
豚肉	19.0	17.3	24.3	35.3	14.3	18.8	15.8	23.1
たんかん	13.1	14.3	10.8	23.5	8.6	18.8	7.9	15.4
地元のお菓子	13.1	12.2	16.2	5.9	14.3	12.5	21.1	0.0
シラス	10.9	9.2	16.2	5.9	11.4	3.1	21.1	7.7
お茶	8.8	8.2	10.8	5.9	8.6	9.4	10.5	7.7
さつまいも	7.3	6.1	10.8	5.9	8.6	6.3	7.9	7.7
鶏肉・鶏卵	4.4	6.1	0.0	5.9	2.9	6.3	2.6	7.7
さつま揚げ	3.6	5.1	0.0	0.0	8.6	3.1	0.0	7.7
トマト	0.7	1.0	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	5.1	6.1	2.7	0.0	0.0	3.1	7.9	23.1

注) 複数回答

(2) 南さつま市のお土産

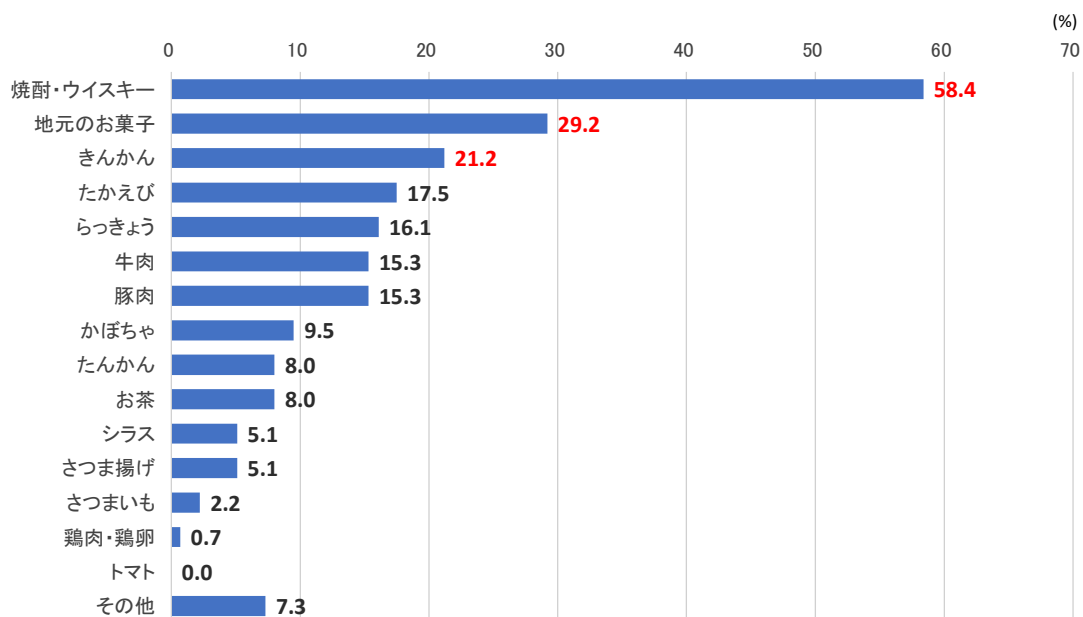
南さつま市のお土産を渡すなら何か、と尋ねたところ「焼酎・ウイスキー」が58.4%と最も多かった。次いで、「地元のお菓子」(29.2%)、「きんかん」(21.2%)が続いた。

男女別にみると、男女とも上位3項目は「焼酎・ウイスキー」「地元のお菓子」「きんかん」だった(女性は「らっきょう」も3位以内)。

年代別では、30代は「たかえび」「豚肉」、40代は「たかえび」、70代は「らっきょう」の回答も多かった。

「その他」では、「米(金峰米)」「漬物」「工芸品(陶器)」「加工肉」「津貫みかん」が挙げられた。

【南さつま市のお土産で渡すもの】(n=137)



注)複数回答

○南さつま市のお土産で渡すもの〈男女別・年代別〉

(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
焼酎・ウイスキー	58.4	60.2	51.4	70.6	57.1	50.0	63.2	46.2
地元のお菓子	29.2	26.5	35.1	11.8	37.1	34.4	31.6	7.7
きんかん	21.2	20.4	24.3	11.8	14.3	25.0	23.7	38.5
たかえび	17.5	16.3	21.6	47.1	20.0	9.4	13.2	7.7
らっきょう	16.1	13.3	24.3	5.9	11.4	12.5	21.1	38.5
牛肉	15.3	15.3	13.5	29.4	5.7	21.9	7.9	23.1
豚肉	15.3	14.3	18.9	35.3	14.3	12.5	7.9	23.1
かぼちゃ	9.5	7.1	16.2	5.9	5.7	6.3	13.2	23.1
たんかん	8.0	9.2	5.4	0.0	8.6	9.4	5.3	23.1
お茶	8.0	6.1	10.8	0.0	8.6	6.3	7.9	15.4
シラス	5.1	3.1	10.8	11.8	0.0	6.3	5.3	7.7
さつま揚げ	5.1	7.1	0.0	0.0	11.4	6.3	0.0	7.7
さつまいも	2.2	0.0	8.1	0.0	2.9	3.1	2.6	0.0
鶏肉・鶏卵	0.7	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
トマト	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	7.3	6.1	10.8	0.0	5.7	0.0	15.8	15.4

注)複数回答

(3) 新しい南さつま市のお土産のアイデア（自由記述）

性別	年代	
男	70代	「らっきょう」を利用したお土産品の開発・販売。 笠沙路、吹上浜など地元の景勝地の名前を冠したお菓子。
男	50代	セット品（なべ料理）とか。
男	50代	牛肉、豚肉、鶏肉にブランド名をつける。 ※特産品に（地域の）ブランド名をつけ積極的にPRすべきと思います（もったいないです）。
男	70代	鹿児島県全体に言える事ですが、稼ぐ力（物品）（企業）（利益）（物量）等々の必要。ブランド力確立。旬の味のハイレベル化。
男	40代	砂を使った工作キット（子供の宿題等に使える）。
男	70代	食べ物だけがお土産品ではない。今、力を入れているのがふるさと納税でCuttingボード2枚セットで出している。市内の木を使って製造している。毎日の食事に使うので是非土産品に加えてもらえればうれしい。
女	50代	オリーブを育てているので、製品にしてオリジナル製品として販売してほしい。臭いや賞味期限を気にしないでお土産として利用できると思う。飲食店だけでなく給食を作ってる保育園や高校、農家さん、一般の方の参加もしてみたら？
男	50代	市外の方へちょっとした手土産として地元のお菓子が最適なのですが、種類や知名度に欠けている気がする。専門的な知識はないが、もっと商品開発やインターネット、マスメディアへの告知へ力を入れても良いと思う。
男	60代	ウイスキーのミニボトルはいかがでしょう。持ち歩きに便利と思う。
男	40代	やっているかもしれませんが、農畜産物が多いので特産物コラボができれば面白そう。
女	40代	小さい子から年配の方まで広く好まれる特産品を使ったお菓子がいいと思う。昔ながらのお菓子もいいですが、今、若い人たちはSNSを使うので、まずは若い方々が喜びそうなお土産を作り、発信して広げてほしいと思う。TVでさつまいもがブームになっているのを見て、こういうお菓子をこっちでも食べてみたいと思うのがたくさんあった。ぜひ、地元の力を生かして作っていただけたら嬉しい。
女	60代	以前、飲んだジンジャーエールがとてもおいしかった。南さつま市産のしょうがシロップを使用していると聞いた。生産者の方のご都合なのか最近みかけない。「復活できると良いのにな」と思っている。
男	40代	これと言った物がないので、新しい素材で開発して売り出した方が良いと思う。
男	60代	南さつま市の特産品を活用したお菓子。
男	40代	かぼちゃを使ったお菓子。たかえびを使った料理、加工品。
女	40代	砂像クッキー。その年の作品をデザインに使用する等。
女	60代	3,000円ぐらいのお土産品の詰め合わせを作ってほしい。
女	50代	空港に買い求めやすい価格と量で、肉類やたかえびなどの特産品を置いて欲しい。
男	60代	工芸品や加工品の紹介をするシーンを作ってほしい。
男	30代	自社製品である黒豚・黒牛ハンバーグ。
男	30代	かぼちゃを使った菓子（タルト、パンケーキ、クッキー等）、きんかンドレッシングなど、女性や子どもが好むような甘い菓子系がない。

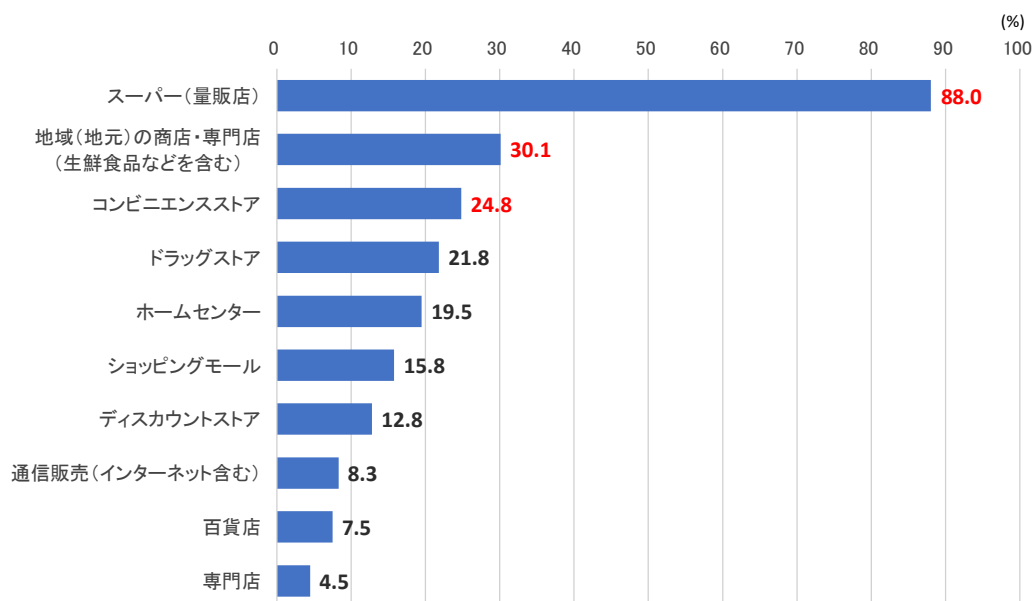
(4) ふだん買い物をする場所・業態

①食料品

「スーパー（量販店）」が88.0%と最も多く、「地域（地元）の商店・専門店」（30.1%）、「コンビニエンスストア」（24.8%）が続いた。

男女別にみると、男女とも1、2位は「スーパー（量販店）」、「地域（地元）の商店・専門店」となり、3位は男性が「コンビニエンスストア」、女性は「ドラッグストア」だった。

年代別では、30代で「ディスカウントストア」、40代、60代で「ドラッグストア」、50代で「ホームセンター」、70代で「ショッピングモール」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
スーパー（量販店）	88.0	86.2	94.6	100.0	85.3	84.4	86.5	100.0
地域（地元）の商店・専門店（生鮮食品などを含む）	30.1	27.7	37.8	40.0	11.8	43.8	29.7	38.5
コンビニエンスストア	24.8	24.5	24.3	13.3	29.4	34.4	18.9	15.4
ドラッグストア	21.8	20.2	27.0	13.3	29.4	25.0	24.3	0.0
ホームセンター	19.5	22.3	13.5	20.0	20.6	40.6	8.1	0.0
ショッピングモール	15.8	19.1	8.1	20.0	14.7	25.0	8.1	15.4
ディスカウントストア	12.8	13.8	10.8	26.7	14.7	15.6	8.1	0.0
通信販売（インターネット含む）	8.3	9.6	5.4	6.7	11.8	15.6	2.7	0.0
百貨店	7.5	6.4	10.8	13.3	2.9	15.6	5.4	0.0
専門店	4.5	4.3	5.4	6.7	2.9	6.3	2.7	7.7

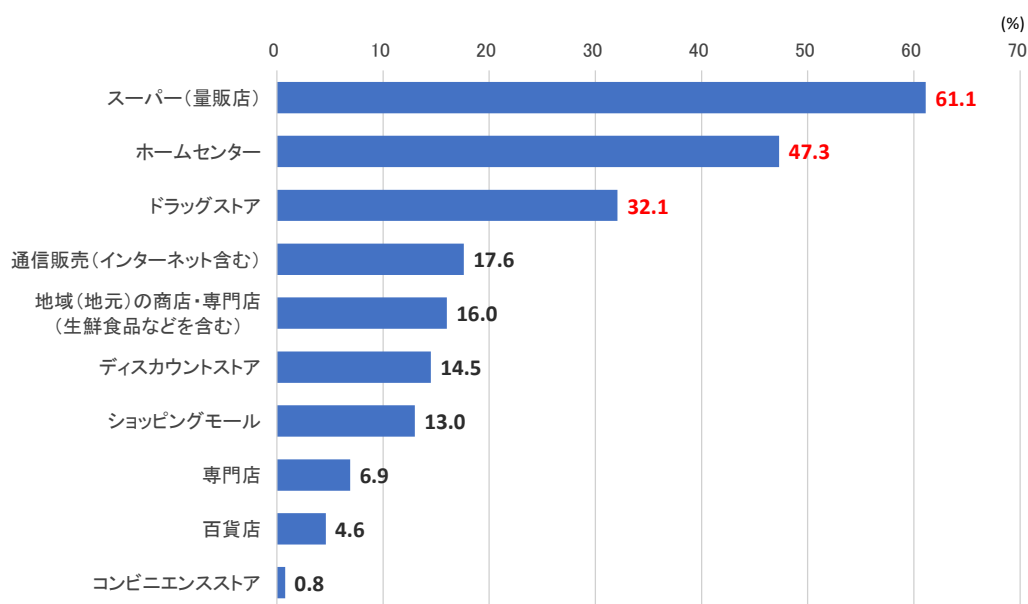
注) 複数回答

②日用雑貨品

「スーパー（量販店）」が61.1%と最も多く、「ホームセンター」（47.3%）、「ドラッグストア」（32.1%）が続いた。

男女別にみると、男女とも「スーパー（量販店）」、「ホームセンター」「ドラッグストア」が上位3項目となった。

年代別では、30代で「通信販売（インターネット含む）」、60代で「地域（地元）の商店・専門店」、70代で「地域（地元）の商店・専門店」、「ショッピングモール」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
スーパー（量販店）	61.1	55.9	72.2	78.6	47.1	59.4	61.1	76.9
ホームセンター	47.3	48.4	47.2	35.7	50.0	65.6	41.7	30.8
ドラッグストア	32.1	31.2	36.1	42.9	55.9	34.4	13.9	7.7
通信販売（インターネット含む）	17.6	19.4	13.9	35.7	20.6	18.8	13.9	0.0
地域（地元）の商店・専門店（生鮮食品などを含む）	16.0	17.2	13.9	7.1	5.9	21.9	25.0	15.4
ディスカウントストア	14.5	18.3	5.6	21.4	20.6	3.1	19.4	7.7
ショッピングモール	13.0	15.1	8.3	21.4	14.7	12.5	8.3	15.4
専門店	6.9	8.6	2.8	7.1	5.9	15.6	0.0	7.7
百貨店	4.6	5.4	2.8	21.4	0.0	9.4	0.0	0.0
コンビニエンスストア	0.8	1.1	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0

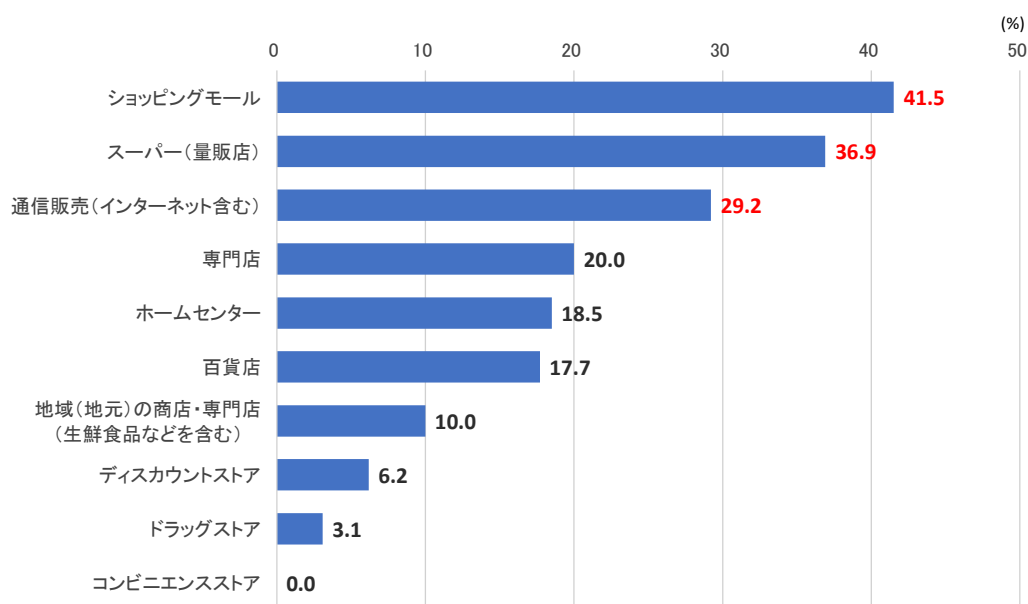
注) 複数回答

③実用衣料品

「ショッピングモール」が41.5%と最も多く、「スーパー（量販店）」（36.9%）、「通信販売（インターネット含む）」（29.2%）が続いた。

男女別にみると、男女とも「ショッピングモール」「スーパー（量販店）」「通信販売（インターネット含む）」が上位3項目となった。

年代別では、30代で「百貨店」、40代で「専門店」、50代、60代で「ホームセンター」、70代で「地域（地元）の商店・専門店」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
ショッピングモール	41.5	38.0	52.8	60.0	52.9	40.0	30.6	30.8
スーパー（量販店）	36.9	34.8	41.7	26.7	20.6	36.7	50.0	53.8
通信販売（インターネット含む）	29.2	29.3	27.8	53.3	41.2	33.3	11.1	7.7
専門店	20.0	22.8	13.9	20.0	29.4	26.7	5.6	23.1
ホームセンター	18.5	22.8	8.3	13.3	11.8	33.3	22.2	0.0
百貨店	17.7	15.2	25.0	26.7	20.6	16.7	16.7	7.7
地域（地元）の商店・専門店（生鮮食品などを含む）	10.0	12.0	5.6	0.0	0.0	13.3	11.1	38.5
ディスカウントストア	6.2	8.7	0.0	0.0	5.9	3.3	13.9	0.0
ドラッグストア	3.1	2.2	5.6	0.0	0.0	3.3	8.3	0.0
コンビニエンスストア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

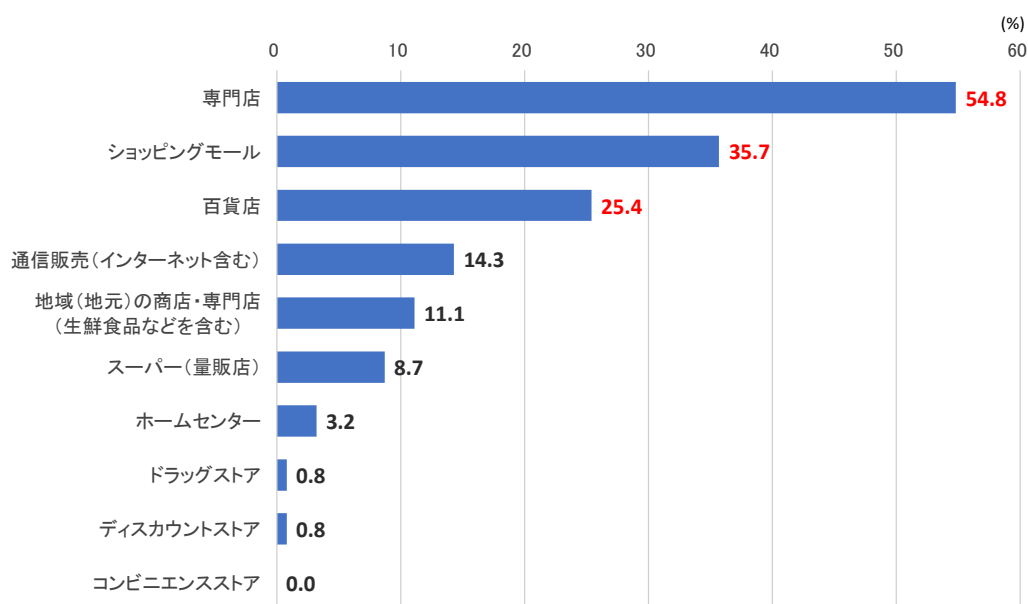
注) 複数回答

④フォーマル衣料品など

「専門店」が 54.8%と最も多く、「ショッピングモール」(35.7%)、「百貨店」(25.4%)が続いた。

男女別にみると、男女とも「専門店」「ショッピングモール」「百貨店」が上位3項目となった(女性は「通信販売(インターネット含む)」も3位以内)。

年代別では、30代で「通信販売(インターネット含む)」、60代で「地域(地元)の商店・専門店」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
専門店	54.8	61.8	36.1	50.0	64.7	62.5	36.4	7.0
ショッピングモール	35.7	33.7	41.7	42.9	35.3	40.6	33.3	3.0
百貨店	25.4	25.8	25.0	14.3	26.5	34.4	21.2	3.0
通信販売(インターネット含む)	14.3	10.1	25.0	42.9	17.6	12.5	6.1	0.0
地域(地元)の商店・専門店(生鮮食品などを含む)	11.1	10.1	13.9	21.4	2.9	6.3	21.2	1.0
スーパー(量販店)	8.7	9.0	8.3	7.1	0.0	12.5	12.1	2.0
ホームセンター	3.2	4.5	0.0	0.0	0.0	6.3	3.0	1.0
ドラッグストア	0.8	1.1	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0
ディスカウントストア	0.8	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0	0.0
コンビニエンスストア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

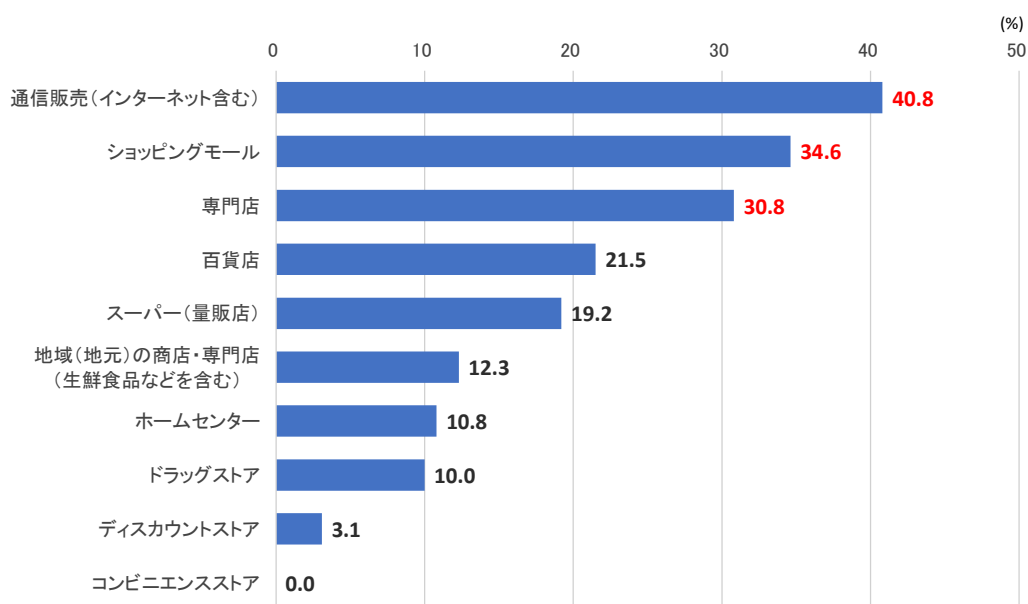
注) 複数回答

⑤身の回り品

「通信販売(インターネット含む)」が40.8%と最も多く、「ショッピングモール」(34.6%)、「専門店」(30.8%)が続いた。

男女別にみると、男性、女性ともに「通信販売(インターネット含む)」が最も多く、このほか男性では「ショッピングモール」「専門店」が、女性は「ショッピングモール」「百貨店」が上位3項目となった。

年代別では、60代で「スーパー(量販店)」「地域(地元)の商店・専門店」、70代で「スーパー(量販店)」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
通信販売(インターネット含む)	40.8	39.8	45.7	66.7	57.6	48.4	21.6	8.3
ショッピングモール	34.6	36.6	31.4	40.0	45.5	48.4	16.2	25.0
専門店	30.8	35.5	20.0	33.3	30.3	41.9	24.3	25.0
百貨店	21.5	17.2	31.4	26.7	24.2	25.8	13.5	16.7
スーパー(量販店)	19.2	21.5	11.4	6.7	3.0	12.9	40.5	25.0
地域(地元)の商店・専門店(生鮮食品などを含む)	12.3	9.7	20.0	0.0	3.0	6.5	29.7	16.7
ホームセンター	10.8	12.9	5.7	6.7	12.1	16.1	10.8	0.0
ドラッグストア	10.0	7.5	17.1	6.7	18.2	16.1	0.0	8.3
ディスカウントストア	3.1	4.3	0.0	0.0	3.0	3.2	0.0	16.7
コンビニエンスストア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

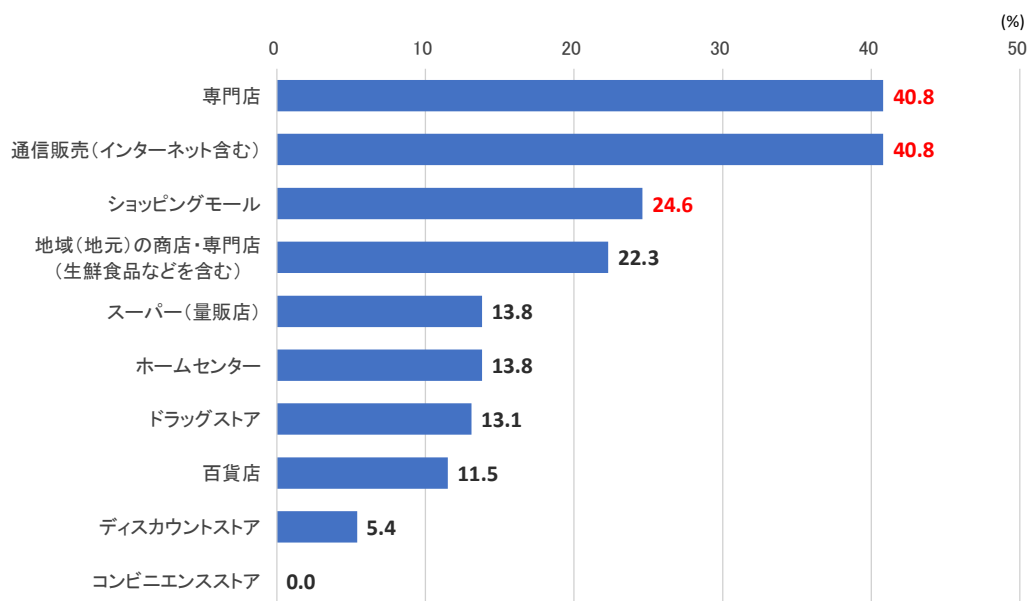
注) 複数回答

⑥文化品

「専門店」「通信販売（インターネット含む）」がともに40.8%と最も多く、「ショッピングモール」（24.6%）が続いた。

男女別にみると、男性は「専門店」「通信販売（インターネット含む）」「ショッピングモール」が、女性は「通信販売（インターネット含む）」「専門店」「地域（地元）の商店・専門店」が上位3項目となった。

年代別では、30代で「ドラッグストア」、60代、70代で「地域（地元）の商店・専門店」「スーパー（量販店）」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
専門店	40.8	45.7	30.6	20.0	47.1	56.7	27.8	53.8
通信販売（インターネット含む）	40.8	40.2	41.7	73.3	61.8	43.3	19.4	0.0
ショッピングモール	24.6	30.4	11.1	40.0	20.6	40.0	13.9	15.4
地域（地元）の商店・専門店（生鮮食品などを含む）	22.3	18.5	30.6	0.0	14.7	10.0	41.7	38.5
スーパー（量販店）	13.8	13.0	16.7	6.7	2.9	16.7	22.2	23.1
ホームセンター	13.8	15.2	11.1	20.0	8.8	20.0	16.7	0.0
ドラッグストア	13.1	13.0	13.9	33.3	8.8	13.3	11.1	7.7
百貨店	11.5	12.0	11.1	6.7	14.7	16.7	11.1	0.0
ディスカウントストア	5.4	5.4	5.6	6.7	5.9	6.7	5.6	0.0
コンビニエンスストア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

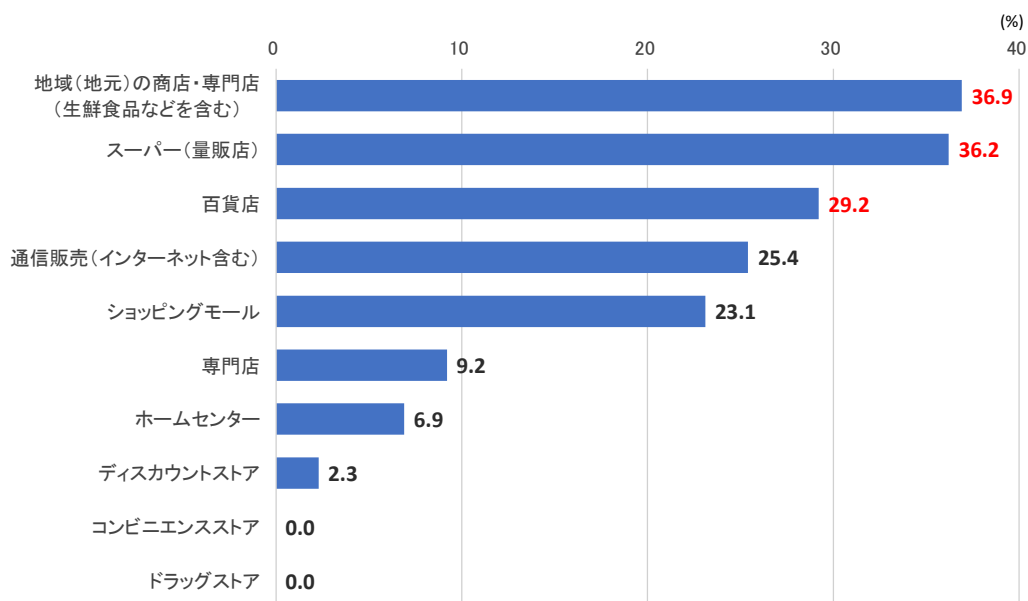
注) 複数回答

⑦贈答用品

「地域（地元）の商店・専門店」が36.9%と最も多く、「スーパー（量販店）」（36.2%）、
「百貨店」（29.2%）が続いた。

男女別にみると、男性は「スーパー（量販店）」「地域（地元）の商店・専門店」「百貨店」
が、女性は「地域（地元）の商店・専門店」「スーパー（量販店）」「通信販売（インターネット
含む）」が上位3項目となった。

年代別では、30代、40代、50代で「通信販売（インターネット含む）」、40代、70代で
「ショッピングモール」が上位3項目に入っている。



(単位：%)

	全体	男女別		年代別				
		男性	女性	30代	40代	50代	60代	70代
地域（地元）の商店・専門店（生鮮食品などを含む）	36.9	34.8	41.7	33.3	34.4	31.3	41.7	46.2
スーパー（量販店）	36.2	35.9	38.9	33.3	18.8	28.1	52.8	61.5
百貨店	29.2	30.4	25.0	26.7	25.0	37.5	30.6	15.4
通信販売（インターネット含む）	25.4	23.9	30.6	53.3	31.3	31.3	13.9	0.0
ショッピングモール	23.1	28.3	11.1	20.0	34.4	28.1	13.9	15.4
専門店	9.2	10.9	5.6	6.7	12.5	9.4	8.3	7.7
ホームセンター	6.9	6.5	8.3	0.0	6.3	15.6	5.6	0.0
ディスカウントストア	2.3	3.3	0.0	6.7	3.1	3.1	0.0	0.0
コンビニエンスストア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストア	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

注) 複数回答

【参考資料】

地域経済の動向、商工会議所への要望など（自由記述）

多くのセミナー等ありがとうございます。今後も地域経済高揚の柱としての活動を期待しています。
目安箱みたいなものがあるといい。
中小企業者に対し、消費税を一定期間引き下げるなりして、景気回復を全体的に行えば、資金流動性が良くなり回復していくと判断される。非課税世帯のみ優遇するのではなく課税（税金納めている方）者にも平等な対応が望ましいと思われる。
ますます元気で明るい南さつま市であるよう、努力します。
地域商品券についても、地元の方だけではなく訪問してくるお客様にも1,000円→10,000円の商品券を販売してほしい。
ネットの回答での対応ができるようにして欲しい。紙送付の省略になると思う（今回の調査など）。
昔は専門店で買い物をするものだったが、今はスーパーに行けばなんでもあるし、またネットで注文すれば値段も安くすぐ届く。私の店は注文木製品、ふるさと納税でなんとか店をやっているが、インボイスも始まり小店はこの機会に店をやめようと言う人をよく聞く。プレミアムもいいですが、ほとんど大型スーパーで買い、地元の小店では使わない。プレミアムの半分は地元の小店でも使えるようにしてほしい。これから何年か先、小売店はなくなっていくのでは!!
予算等の問題があると思うが、南さつま地域共通商品券（1万→1万2千円）がもう少し魅力のある物（希望では1,000円→1万円）になると地域的に盛り上がるかなと思う。
商工会議所の各行事、会員のみで盛り上がっているように思う。
いつも地域発展のためにご尽力いただき、ありがとうございます。
地域の高齢化、担い手不足が加速する中で、とりまとめは大変とお察しします。今後ともどうぞ宜しくお願いいたします。
若い人達が集まりやすいチェーン店などの増加。イベントを華やかにして広告をするなどして人を集めた方が良い。
補助金などの情報をもっとアピールして下されると助かる。
昨年はいくつか講習会に参加させていただき、日頃の不安も解消されました。ありがとうございました。販路拡大にはマスコミ、SNSが一番良い方法だと感じた1年でした。また、客を待つのではなく、客を求めて出ていかなければならないと思う1年でした。
商工振興資金利子補給補助金制度について知りたい。
1～3次産業の後継者育成等支援するような制度を作してほしい。

調査票

地域経済動向に関するアンケート調査

南さつま商工会議所におきましては、経済産業省より2019(平成31)年に「経営発達支援計画」の認定を受け、地域経済の活性化などに取り組んでいるところでございます。

本調査は、上記事業の一環として地域の経済動向・経営環境の調査を行うことにより、小規模事業者の経営支援を行うための基礎データを得るために実施するものでございます。なお、ご回答いただきました内容は、すべて統計的に処理し、個々の事業者を特定できるデータは公開しません。

以上の趣旨をご理解いただき、本調査にご協力くださいますよう、よろしく願い申し上げます。なお、ご多忙のところ恐縮でございますが、**2024年1月31日(水)**までにご記入の上、同封の返信用封筒にてご投函くださいますようお願い申し上げます。

貴社(事業所)名		ご記入者名	
所在地 〒		電話番号	
		FAX 番号	
1 個人	従業員 人	業種 ○印をつけてください。 農林水産業 製造業 建設業 卸売業 小売業 運輸・通信業 不動産業 サービス業 その他産業 ()	
2 法人	うちパート		
(資本金 円)	(人)		

A 貴社の業況や事業についておうかがいたします。

1. 業況等について

問1 今期(2023年10~12月期)の貴社の業況(見込み)等についてお伺いいたします。それぞれの項目において該当する番号に1つ○を付けてください。

調査項目		今期(2023年10~12月期)		
業況	全体的に	1 良い	2 普通	3 悪い
売上(完工)高	前年同期比	1 増加	2 横ばい	3 減少
製品・商品在庫	適正水準比	1 多い	2 妥当	3 少ない
販売単価	前年同期比	1 上昇	2 横ばい	3 低下
仕入単価(原材料)	前年同期比	1 上昇	2 横ばい	3 低下
資金繰り	全体的に	1 楽	2 普通	3 苦しい
雇用人員	全体的に	1 過剰	2 適正	3 不足

問2 来期(2024年1~3月期)の貴社の業況等の見込みについてお伺いいたします。それぞれの項目において該当する番号に1つ○を付けてください。

調査項目		来期見込み(2024年1~3月期)		
業況	全体的に	1 良い	2 普通	3 悪い
売上(完工)高	前年同期比	1 増加	2 横ばい	3 減少
製品・商品在庫	適正水準比	1 多い	2 妥当	3 少ない
販売単価	前年同期比	1 上昇	2 横ばい	3 低下
仕入単価(原材料)	前年同期比	1 上昇	2 横ばい	3 低下
資金繰り	全体的に	1 楽	2 普通	3 苦しい
雇用人員	全体的に	1 過剰	2 適正	3 不足

問3 貴社の来年(2024年)の業況見込みについてお伺いいたします。該当する番号に1つ○を付けてください。

1 良い	2 普通	3 悪い
------	------	------

2. 景況感について

問1 本県の景気の現状をどのようにとらえていますか。該当する番号に1つ○を付けてください。

1 拡大している	2 緩やかに拡大	3 横ばい	4 緩やかに後退	5 後退
----------	----------	-------	----------	------

問2 貴社が属する地域の景気の現状をどのようにとらえていますか。該当する番号に1つ○を付けてください。

1 拡大している	2 緩やかに拡大	3 横ばい	4 緩やかに後退	5 後退
----------	----------	-------	----------	------

3. 経営上の課題について

問1 現在直面している経営上の課題についてお伺いいたします。該当する番号すべてに○を付けてください。

1 売上(受注)不振	2 製(商)品価格低下	3 採算・収益の悪化
4 競争激化	5 決済条件悪化	6 売掛金回収難
7 金融機関からの借入難	8 原材料(仕入品)価格高	9 原材料手当難
10 生産(販売)能力不足	11 販売価格転嫁難(仕入価格上昇分)	12 人手不足・求人難
13 人件費等各種経費高	14 省力化・合理化の遅れ(含む情報化)	15 雇用人員の過剰
16 技術力不足	17 廃棄物処理(含むコスト増)	18 事業承継難
19 その他()		

問3 新しい「南さつま市のお土産品」についてアイデアなどがございましたら、何でもお書きください。

[]

2. ふだん買い物をする場所・業態について

問1 あなたが普段買い物をする場所について、商品別に該当する番号すべてに○を付けてください。

		地元(南さつま商工会議所管内)						地元以外			
		(生鮮食品などを含む) 地域(地元)の 商店・専門店	スーパー(量販店)	コンビニエンスストア	ドラッグストア	ホームセンター	ディスカウントストア	百貨店	専門店	ショッピングモール	(インターネット含む) 通信販売
最寄品	食料品 (生鮮食品、菓子類、飲料、米、缶詰、調味料など) →										
	日用雑貨品 (金物、陶器、台所用品、日用品など) →										
	実用衣料品 (下着、肌着、靴下など) →										
買い回り品	フォーマル衣料品など (スーツ、コート、寝具など) →										
	身の回り品 (靴、カバン、帽子、化粧品、服飾品など) →										
	文化品 (時計・電化製品、書籍・CD・文具、薬、カメラ・家具など) →										
	贈答用品 (中元、年末用品、記念品など) →										

5. 地域経済の動向、商工会議所へのご要望などをお聞かせください。

[]

ご協力ありがとうございました

(調査の分析は株式会社九州経済研究所に委託しております)



～人、企業、地域 ともに未来をつくる商工会議所～
MINAMISATSUMA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

南さつま商工会議所

〒897-0006 鹿児島県南さつま市加世田本町23番地7

TEL (0993) 53-2244

FAX (0993) 52-2016

<https://www.minamisatsuma-cci.or.jp>

E-mail: info@minamisatsuma-cci.or.jp

