

プレミアム付き地域商品券についてのアンケート(取扱店様アンケート) 集計結果

発行主体名	志免町商工会
配布店舗数	201
回答店舗数	66
うち、利用促進の取組み実施店舗	10
取組未実施店舗	56
回答店舗のうち利用促進実施店舗の割合	15.2%
回収率	32.8%

分析項目Ⅰ－店舗の基本情報

【Q1】 貴店についてお伺いします。
業種・業態を教えてください。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 小売	26	39.4%	—	21	37.5%	—	5	50.0%	—	—	—
2 卸売	1	1.5%	—	1	1.8%	—	0	0.0%	—	—	—
3 飲食	21	31.8%	—	20	35.7%	—	1	10.0%	—	—	—
4 サービス	10	15.2%	—	8	14.3%	—	2	20.0%	—	—	—
5 医療・福祉	1	1.5%	—	0	0.0%	—	1	10.0%	—	—	—
6 運輸・通信	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
7 土木・建設	2	3.0%	—	2	3.6%	—	0	0.0%	—	—	—
8 製造業	3	4.5%	—	3	5.4%	—	0	0.0%	—	—	—
9 公共施設	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
10 その他	2	3.0%	—	1	1.8%	—	1	10.0%	—	—	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
合計	66	100.0%	—	56	100.0%	—	10	100.0%	—	—	—

※「小売り」の場合、店舗の種類を教えてください。

1 総合スーパー・ショッピングセンター	1	3.8%	—	1	4.8%	—	0	0.0%	—	—	—
2 食品スーパー	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
3 ディスカウントストア・ホームセンター	1	3.8%	—	1	4.8%	—	0	0.0%	—	—	—
4 ドラッグストア・コンビニエンスストア	2	7.7%	—	2	9.5%	—	0	0.0%	—	—	—
5 食料品販売店	8	30.8%	—	6	28.6%	—	2	40.0%	—	—	—
6 衣料品販売店	3	11.5%	—	1	4.8%	—	2	40.0%	—	—	—
7 化粧品・医薬品販売店	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
8 電気店	4	15.4%	—	4	19.0%	—	0	0.0%	—	—	—
9 時計・貴金属店	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
10 家具店	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
11 玩具店	1	3.8%	—	0	0.0%	—	1	20.0%	—	—	—
12 書籍・文具店	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
13 その他	11	42.3%	—	11	52.4%	—	0	0.0%	—	—	—
無回答	27	103.8%	—	22	104.8%	—	5	100.0%	—	—	—
合計	58	223.1%	—	48	228.6%	—	10	200.0%	—	—	—

分析項目Ⅱ－商品券事業への参加状況

【Q2】 今年度、商品券の取扱店になられた理由はなんですか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 売り上げの増加が期待できるから	34	51.5%	—	27	48.2%	—	7	70.0%	—	21.8%	—
2 新規顧客の獲得が期待できるから	24	36.4%	—	17	30.4%	—	7	70.0%	—	39.6%	—
3 地域内消費喚起への取組みだから	30	45.5%	—	26	46.4%	—	4	40.0%	—	▲ 6.4%	—
4 商工会商議所等の会員だから	25	37.9%	—	22	39.3%	—	3	30.0%	—	▲ 9.3%	—
5 周辺のお店が取扱店になるから	2	3.0%	—	2	3.6%	—	0	0.0%	—	▲ 3.6%	—
6 昨年度取扱店になったから	21	31.8%	—	19	33.9%	—	2	20.0%	—	▲ 13.9%	—
7 その他	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
合計	136	—	—	113	—	—	23	—	—	—	—

※当てはまるもの全て選択

プレミアム付き地域商品券についてのアンケート(取扱店様アンケート) 集計結果

分析項目Ⅲー商品券の利用促進の取組み実施の有無とその内容、効果

【Q3】商品券発行をきっかけに、セールやイベント、キャンペーンなど、商品券の利用促進の取組みを行いましたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 行った	10	15.2%	—	0	0.0%	—	10	100.0%	—	—	—
2 行っていない	55	83.3%	—	55	98.2%	—	0	0.0%	—	—	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
合計	65	98.5%	—	55	98.2%	—	10	100.0%	—	—	—

【Q4】Q3で「1 行った」と答えられた方にお尋ねします。どのような取組みを行いましたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 発行主体(商工会議所、商工会、商店街組合等)の利用促進の取組みに参加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
2 発行主体ではない商店街、組合等の利用促進の取組みに参加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
3 店舗独自に利用促進の取組みを実施した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
□ 無回答	45	0.0%	—	44	0.0%	—	1	0.0%	—	—	—
□ セールを実施した(対象は商品券利用者に限らない)	3	0.0%	—	0	0.0%	—	3	0.0%	—	—	—
□ 商品券利用者への特典進呈、割引等を実施した	1	0.0%	—	0	0.0%	—	1	0.0%	—	—	—
□ 1,000円福袋等、商品券1枚(又は複数枚)で購入できる商品セットを作って店頭に置いた	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
□ 店舗の発行するチラシ・DM等で、自店で商品券が利用できることを広報した	5	0.0%	—	0	0.0%	—	5	0.0%	—	—	—
□ 商品券を使って買い物をするお得である旨積極的にセールストークを行った	2	0.0%	—	0	0.0%	—	2	0.0%	—	—	—
□ その他	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
合計	0	—	—	0	—	—	0	—	—	—	—

※当てはまるもの全て選択

【Q5】Q3で「1 行った」と答えられた方にお尋ねします。

取組みを行っていない時と比較して、どのような効果がありましたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 商品券を持った人が多く来店した	3	30.0%	—	3	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
2 新規客の来店・定着につながった	3	30.0%	—	1	0.0%	—	2	20.0%	—	—	—
3 売上げが増加した	5	50.0%	—	2	0.0%	—	3	30.0%	—	—	—
4 ついで買いが増えた	2	20.0%	—	0	0.0%	—	2	20.0%	—	—	—
5 効果は感じられなかった	5	50.0%	—	1	0.0%	—	4	40.0%	—	—	—
6 その他	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	—	—
合計	18	—	—	7	—	—	11	—	—	—	—

※当てはまるもの全て選択

分析項目Ⅳー店舗の売上げへの影響

【Q6】商品券使用期間中の売上げは、商品券販売前の売上げと比べてどうなりましたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 30%~増加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
2 20~30%増加した	1	1.5%	34.8%	1	1.8%	32.1%	0	0.0%	50.0%	▲1.8%	17.9%
3 10~20%増加した	3	4.5%	—	2	3.6%	—	1	10.0%	—	6.4%	—
4 ~10%増加した	19	28.8%	—	15	26.8%	—	4	40.0%	—	13.2%	—
5 変わらなかった	32	48.5%	48.5%	27	48.2%	48.2%	5	50.0%	50.0%	1.8%	1.8%
6 減少した	1	1.5%	1.5%	1	1.8%	1.8%	0	0.0%	0.0%	▲1.8%	▲1.8%
7 わからない	9	13.6%	13.6%	9	16.1%	16.1%	0	0.0%	0.0%	▲16.1%	▲16.1%
無回答	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	65	98.5%	98.5%	55	98.2%	98.2%	10	100.0%	100.0%	1.8%	1.8%

【Q7】売上げの中で、商品券が占める割合はどの程度でしたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 30%~	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
2 20~30%	0	0.0%	83.3%	0	0.0%	80.4%	0	0.0%	100.0%	0.0%	19.6%
3 10~20%	10	15.2%	—	8	14.3%	—	2	20.0%	—	5.7%	—
4 ~10%	45	68.2%	—	37	66.1%	—	8	80.0%	—	13.9%	—
5 全くなかった	8	12.1%	12.1%	8	14.3%	14.3%	0	0.0%	0.0%	▲14.3%	▲14.3%
6 わからない	2	3.0%	3.0%	2	3.6%	3.6%	0	0.0%	0.0%	▲3.6%	▲3.6%
無回答	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	65	98.5%	98.5%	55	98.2%	98.2%	10	100.0%	100.0%	1.8%	1.8%

【Q8】商品券の取扱店になったことで、取扱店でなかった時に比べて、売上げはどうなりましたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 20%~増加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
2 15~20%増加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
3 10~15%増加した	3	4.5%	31.8%	2	3.6%	28.6%	1	10.0%	50.0%	6.4%	21.4%
4 5~10%増加した	8	12.1%	—	7	12.5%	—	1	10.0%	—	▲2.5%	—
5 ~5%増加した	10	15.2%	—	7	12.5%	—	3	30.0%	—	17.5%	—
6 変わらなかった	31	47.0%	47.0%	27	48.2%	48.2%	4	40.0%	40.0%	▲8.2%	▲8.2%
7 減少した	2	3.0%	3.0%	2	3.6%	3.6%	0	0.0%	0.0%	▲3.6%	▲3.6%
8 わからない	11	16.7%	16.7%	10	17.9%	17.9%	1	10.0%	10.0%	▲7.9%	▲7.9%
無回答	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	65	98.5%	98.5%	55	98.2%	98.2%	10	100.0%	100.0%	1.8%	1.8%

分析項目Ⅴー店舗の新規顧客獲得への影響

【Q9】商品券の取扱店となったことで、新規顧客は増えましたか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 20%~増加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
2 15~20%増加した	1	1.5%	34.8%	0	0.0%	33.9%	1	10.0%	—	10.0%	—
3 10~15%増加した	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	40.0%	0.0%	6.1%
4 5~10%増加した	5	7.6%	—	4	7.1%	—	1	10.0%	—	2.9%	—
5 ~5%増加した	17	25.8%	—	15	26.8%	—	2	20.0%	—	▲6.8%	—
6 変わらなかった	27	40.9%	40.9%	22	39.3%	39.3%	5	50.0%	50.0%	10.7%	10.7%
7 減少した	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
8 わからない	15	22.7%	22.7%	14	25.0%	25.0%	1	10.0%	10.0%	▲15.0%	▲15.0%
無回答	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
合計	65	98.5%	98.5%	55	98.2%	98.2%	10	100.0%	100.0%	1.8%	1.8%

分析項目Ⅵーその他の効果、事業後の効果

【Q10】商品券発行事業は、消費喚起効果があったと思いますか。

	集計結果(全体)			利用促進未実施(A)			利用促進実施(B)			比較(B)-(A)	
1 効果があった	40	60.6%	—	34	60.7%	—	6	60.0%	—	▲0.7%	—
2 効果がなかった	8	12.1%	—	5	8.9%	—	3	30.0%	—	21.1%	—
3 わからない	18	27.3%	—	17	30.4%	—	1	10.0%	—	▲20.4%	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
合計	66	100.0%	—	56	100.0%	—	10	100.0%	—	0.0%	—
(理由)											
1 顧客のついで買いが多く見受けられた	7	10.6%	—	4	7.1%	—	3	30.0%	—	22.9%	—
2 顧客が普段あまり買わないような商品を購入していた	11	16.7%	—	8	14.3%	—	3	30.0%	—	15.7%	—
3 顧客が食品や日用品などの購入であっても普段より単価の高いものを買っていた	6	9.1%	—	6	10.7%	—	0	0.0%	—	▲10.7%	—
4 顧客の来店頻度が増えた	12	18.2%	—	10	17.9%	—	2	20.0%	—	2.1%	—
5 顧客の来店頻度は変わらなかった	16	24.2%	—	14	25.0%	—	2	20.0%	—	▲5.0%	—
6 顧客が普段の買い物を現金の代わりに商品券で支払うだけだった	21	31.8%	—	18	32.1%	—	3	30.0%	—	▲2.1%	—
7 その他	1	1.5%	—	1	1.8%	—	0	0.0%	—	▲1.8%	—
無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
合計	74	—	—	61	—	—	13	—	—	—	—

※回答2つまで

プレミアム付き地域商品券についてのアンケート(取扱店様アンケート) 集計結果

【Q11】商品券は、商品券使用期間終了後においても、売上げを増加させる効果がありましたか。(または、あると思いますか。)

1	効果があった(又は、あると思う)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%
2	どちらかと言えば効果があった(又は、あると思う)	21	31.8%	18	32.1%	3	30.0%	▲2.1%	—
3	どちらとも言えない	16	24.2%	13	23.2%	3	30.0%	6.8%	—
4	どちらかと言えば効果がなかった(又は、ないと思う)	4	6.1%	4	7.1%	0	0.0%	▲7.1%	—
5	効果がなかった(又は、ないと思う)	14	21.2%	11	19.6%	3	30.0%	10.4%	—
6	わからない	10	15.2%	9	16.1%	1	10.0%	▲6.1%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	65	98.5%	55	98.2%	10	100.0%	1.8%	—

【Q12】商品券発行事業は、商店街等の活性化に効果があったと思いますか。

1	効果があった	24	36.4%	22	39.3%	2	20.0%	▲19.3%	—
2	効果がなかった	3	4.5%	1	1.8%	2	20.0%	18.2%	—
3	わからない	34	51.5%	28	50.0%	6	60.0%	10.0%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	61	92.4%	51	91.1%	10	100.0%	8.9%	—

「効果があった」と答えられた方にお尋ねします。どのような効果があったと思いますか。

1	売出セールやその宣伝などを通じて、自分の店を多くの人に知ってもらいきっかけになった	4	16.7%	3	13.6%	1	50.0%	36.4%	—
2	サービスの向上や新しい商品の開発など、販促活動のきっかけになった	3	12.5%	2	9.1%	1	50.0%	40.9%	—
3	商店街や地域でイベントなどを行うことで、お店同士のつながりが強くなった	3	12.5%	3	13.6%	0	0.0%	▲13.6%	—
4	「買物は地元でしよう」という気運が高まり、町外で買物をしてきた地元客が戻ってきた	14	58.3%	14	63.6%	0	0.0%	▲63.6%	—
5	その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	24	—	22	—	2	—	—	—

※回答2つまで

分析項目Ⅶー新規事業の影響、効果

【Q13】共通利用商品券はどのような効果があったと思いますか。

	集計結果(全体)	利用促進未実施(A)	利用促進実施(B)	比較(B)-(A)
1	例年の商品券よりも利用頻度・利用額が増えた	5 7.6%	5 8.9%	▲8.9%
2	例年の商品券よりも新規顧客が増えた	10 15.2%	8 14.3%	5.7%
3	例年の商品券よりも利用頻度・利用額が減った	12 18.2%	10 17.9%	2.1%
4	複数の商品券が利用されるため、確認が大変だった	2 3.0%	2 3.6%	▲3.6%
5	換金手続きが煩雑だった	1 1.5%	1 1.8%	▲1.8%
6	例年の商品券と利用頻度・利用額は変わりはなかった	23 34.8%	21 37.5%	▲17.5%
7	その他	0 0.0%	0 0.0%	0.0%
	無回答	0 0.0%	0 0.0%	0.0%
	合計	53	47	6

※当てはまるもの全て選択

【Q14】1,000m未満の店舗にお伺いします。大型店の利用制限はどのような効果があったと思いますか。

1	例年の商品券よりも利用頻度・利用額が増えた	4	6.1%	4	7.1%	0	0.0%	▲7.1%	—
2	例年の商品券よりも新規顧客が増えた	6	9.1%	3	5.4%	3	30.0%	24.6%	—
3	例年の商品券よりも利用頻度・利用額が減った	8	12.1%	7	12.5%	1	10.0%	▲2.5%	—
4	例年の商品券と利用頻度・利用額は変わりはなかった	39	59.1%	34	60.7%	5	50.0%	▲10.7%	—
5	その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	57	—	48	—	9	—	—	—

※回答2つまで

【Q15】キャッシュレス商品券はどのような効果があったと思いますか。

1	紙の商品券よりもスムーズに会計が出来た	42	63.6%	34	60.7%	8	80.0%	19.3%	—
2	紙の商品券よりも利用頻度・利用額が増えた	8	12.1%	7	12.5%	1	10.0%	▲2.5%	—
3	商品券の換金に行かなくて良かった	30	45.5%	26	46.4%	4	40.0%	▲6.4%	—
4	商品券を数える手間が省けた	32	48.5%	26	46.4%	6	60.0%	13.6%	—
5	紙の商品券よりも会計に時間がかかった	5	7.6%	5	8.9%	0	0.0%	▲8.9%	—
6	紙の商品券よりも利用が減った	2	3.0%	2	3.6%	0	0.0%	▲3.6%	—
7	紙の商品券よりも振込に時間がかかった	3	4.5%	3	5.4%	0	0.0%	▲5.4%	—
8	その他	3	4.5%	2	3.6%	1	10.0%	6.4%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	125	—	105	—	20	—	—	—

※当てはまるもの全て選択

【Q16】プロモーション事業はどのような効果があったと思いますか。

1	取組みを契機として、売上が増えた	9	13.6%	7	12.5%	2	20.0%	7.5%	—
2	取組みを契機として、新規顧客が増えた	14	21.2%	12	21.4%	2	20.0%	▲1.4%	—
3	特に効果はなかった	26	39.4%	23	41.1%	3	30.0%	▲11.1%	—
4	取組みを実施しているのを知らなかった	8	12.1%	7	12.5%	1	10.0%	▲2.5%	—
5	その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	57	—	49	—	8	—	—	—

※当てはまるもの全て選択

分析項目Ⅶー次年度事業等に関して

【Q17】商品券発行事業は、今後も継続して行うべきと思いますか。

	集計結果(全体)	利用促進未実施(A)	利用促進実施(B)	比較(B)-(A)
1	継続すべき	53 80.3%	46 82.1%	7 70.0%
2	継続しなくてもよい	5 7.6%	3 5.4%	2 20.0%
3	商品券に代わる新たな事業を検討すべき	2 3.0%	2 3.6%	0 0.0%
4	その他	3 4.5%	3 5.4%	0 0.0%
	無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	合計	63 95.5%	54 96.4%	9 90.0%

【Q18】キャッシュレス商品券は継続して実施、または新たに実施したほうが良いと思いますか。

1	思う	55	83.3%	46	82.1%	9	90.0%	7.9%	—
2	思わない	4	6.1%	4	7.1%	0	0.0%	▲7.1%	—
3	その他	6	9.1%	5	8.9%	1	10.0%	1.1%	—
	無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0.0%	—
	合計	65	98.5%	55	98.2%	10	100.0%	1.8%	—

分析項目Ⅶー売り上げ動向

【Q19】ここ1年間の貴店での売上げ動向についてお尋ねします。昨年に比べて、今年の売上げ動向はどうか

	集計結果(全体)	利用促進未実施(A)	利用促進実施(B)	比較(B)-(A)
1	20%~増加した	2 3.0%	1 1.8%	1 10.0%
2	15~20%増加した	1 1.5%	1 1.8%	0 0.0%
3	10~15%増加した	7 10.6%	6 10.7%	1 10.0%
4	5~10%増加した	7 10.6%	6 10.7%	1 10.0%
5	~5%増加した	15 22.7%	11 19.6%	4 40.0%
6	変わらなかった	17 25.8%	16 28.6%	1 10.0%
7	減少した	12 18.2%	10 17.9%	2 20.0%
8	わからない	3 4.5%	3 5.4%	0 0.0%
	無回答	1 1.5%	1 1.8%	0 0.0%
	合計	65 98.5%	55 98.2%	10 100.0%

プレミアム付き地域商品券についてのアンケート(取扱店様アンケート) 集計結果

【Q20】物価高騰の影響により、売上の減少はありましたか。

1	あった	21	31.8%	—	18	32.1%	—	3	30.0%	—	▲ 2.1%	—
2	なかった	24	36.4%	—	18	32.1%	—	6	60.0%	—	27.9%	—
3	わからない	20	30.3%	—	19	33.9%	—	1	10.0%	—	▲ 23.9%	—
	無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
	合計	65	98.5%	—	55	98.2%	—	10	100.0%	—	1.8%	—

「あった」と回答された方にお伺いします。どの程度減少されましたか。

1	50%~	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
2	40~50%	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
3	30~40%	1	1.5%	16.7%	1	1.8%	17.9%	0	0.0%	10.0%	▲ 1.8%	▲ 7.9%
4	20~30%	4	6.1%	—	4	7.1%	—	0	0.0%	—	▲ 7.1%	—
5	10~20%	6	9.1%	—	5	8.9%	—	1	10.0%	—	1.1%	—
6	~10%	9	13.6%	13.6%	7	12.5%	12.5%	2	20.0%	20.0%	7.5%	7.5%
7	わからない	6	9.1%	9.1%	5	8.9%	8.9%	1	10.0%	10.0%	1.1%	1.1%
	無回答	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	合計	26	39.4%	39.4%	22	39.3%	39.3%	4	40.0%	40.0%	0.7%	0.7%

【Q21】この先の売上げ見込みについてお尋ねします。この先(来年にかけて)の売上げ見込みをどのようにお考えですか。

1	良くなりそう	11	16.7%	—	8	14.3%	—	3	30.0%	—	15.7%	—
2	あまり変わりなさそう	32	48.5%	—	26	46.4%	—	6	60.0%	—	13.6%	—
3	悪くなりそう	14	21.2%	—	13	23.2%	—	1	10.0%	—	▲ 13.2%	—
4	わからない	8	12.1%	—	8	14.3%	—	0	0.0%	—	▲ 14.3%	—
	無回答	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0	0.0%	—	0.0%	—
	合計	65	98.5%	—	55	98.2%	—	10	100.0%	—	1.8%	—