

山口県「ふるさと産業実態調査」アンケート調査票

■このアンケート調査は、山口県に立地している事業者様の取引環境を把握し、取引環境の改善に向けた施策検討を行うことを目的として山口県（商工労働部）が実施しております。

■本調査は統計を目的としておりますので、お答えいただいた内容については統計的に処理し、本調査の目的以外に利用することは一切ございません。

つきましては、お忙しいところ誠に恐れ入りますが、より良い調査とするために、アンケート調査へのご協力をお願いいたします。

1. 事業活動について

問1. 貴事業所の主な事業形態についてお答えください。（○は1つ）

【一次卸】

- | | |
|------------|--|
| 1. 他部門直取引卸 | （主に、生産者または国外から仕入れ、産業用使用者、国外、大口需要家のいずれかを中心に販売） |
| 2. 小売直取引卸 | （主に、生産者または国外から仕入れ、百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、一般小売店などの小売業者へ販売） |
| 3. 元卸 | （主に、生産者または国外から仕入れ、卸売業者へ販売） |

【二次卸】

- | | |
|--------|---|
| 4. 中間卸 | （主に、販社または卸売業者から仕入れ、卸売業者へ販売） |
| 5. 最終卸 | （主に、販社または卸売業者から仕入れ、産業用使用者、国外、小売業者のいずれかを中心に販売） |

【その他卸】

- | | |
|----------|-----------------------------|
| 6. 製造卸 | （自社内製造品（下請け委託製造品を含む）を販売する卸） |
| 7. その他の卸 | （上記のいずれにも分類されない卸） |

問2. 貴事業所の主な強みは何でしょうか。（○は3つまで）

- | | | | |
|----------------|--------------|--------------|----------------|
| 1. 企画力 | 2. 品質管理 | 3. 小ロット対応 | 4. 短納期対応（スピード） |
| 5. 価格競争力 | 6. 販売力・ブランド力 | 7. 事務効率・資金効率 | 8. 在庫管理 |
| 9. 梱包 | 10. ITの活用 | 11. 商品の情報量 | 12. 小売店支援機能 |
| 13. その他（.....） | | | |

問3. 親会社等との系列はありますか。（○は1つ）

- | | |
|---------|---------|
| 1. 系列あり | 2. 系列なし |
|---------|---------|

※系列とは、営業上の結びつきや資本関係などによって形成される縦の企業間結合をさします。

2. 取引環境について

以下の設問については、貴事業所でお取り扱いのある「**飲食料品**」についてご回答ください。

問4. 貴事業所は現在、飲食料品の取引について、何社くらいの企業と取引をされていますか。

「a. 発注・仕入先」と「b. 受注・販売先」のそれぞれにつき、ご回答ください。(○は1つずつ)

a. 発注・仕入先	1. 10社未満	2. 10～19社	3. 20～49社	4. 50～99社	5. 100社以上
b. 受注・販売先	1. 10社未満	2. 10～19社	3. 20～49社	4. 50～99社	5. 100社以上

問5. 過去5年間における、貴事業所での飲食料品に関する取引先の増減はいかがですか。(○は1つずつ)

a. 発注・仕入先	1. 10社以上増加	2. 10社未満の増加	3. 横ばい	4. 10社未満の減少	5. 10社以上減少
b. 受注・販売先	1. 10社以上増加	2. 10社未満の増加	3. 横ばい	4. 10社未満の減少	5. 10社以上減少

問6. 貴事業所における飲食料品に関する発注・仕入高および売上高について、地域別の割合を数値でご記入ください。

(割合数値記入)

地域	a. 発注・仕入先	b. 受注・販売先
	発注・仕入高に占める割合	売上高に占める割合
山口県内	%	%
中国圏(山口県は除く)	%	%
四国圏	%	%
関西圏	%	%
九州圏	%	%
首都圏	%	%
その他国内	%	%
海外	%	%
計(農林水産物関連)	100%	100%

問7. 貴事業所の取引先上位5社(金額ベース)の所在地、取扱品目、取引高の割合をご記入ください。

「a. 発注・仕入先」と「b. 受注・販売先」のそれぞれにつき、ご回答ください。

【a. 飲食料品に関する発注・仕入先】

	事業所所在地(市区郡まで)	取扱品目	発注・仕入高(飲食料品)に占める割合
1位			%
2位			%
3位			%
4位			%
5位			%

【b. 飲食料品に関する受注・販売先】

	事業所所在地(市区郡まで)	取扱品目	売上高(飲食料品)に占める割合
1位			%
2位			%
3位			%
4位			%
5位			%

問8. 新規取引について、過去1年以内に飲食料品に関する取引を開始しましたか。(○は1つずつ)

【a. 飲食料品に関する発注・仕入】

1. 開始した	2. 開始していない									
→ 「1. 開始した」と回答された方にお尋ねします。										
取引に至った経緯についてお答えください。(○はいくつでも)										
<table border="1"> <tr> <td>1. 取引先からの紹介</td> <td>2. 営業開拓</td> <td>3. ホームページなどのネット関連</td> </tr> <tr> <td>4. 異業種交流</td> <td>5. マスコミ等への露出から</td> <td>6. 展示会・マッチング会</td> </tr> <tr> <td colspan="3">7. その他 (.....)</td> </tr> </table>		1. 取引先からの紹介	2. 営業開拓	3. ホームページなどのネット関連	4. 異業種交流	5. マスコミ等への露出から	6. 展示会・マッチング会	7. その他 (.....)		
1. 取引先からの紹介	2. 営業開拓	3. ホームページなどのネット関連								
4. 異業種交流	5. マスコミ等への露出から	6. 展示会・マッチング会								
7. その他 (.....)										

【b. 飲食料品に関する受注・販売】

1. 開始した	2. 開始していない									
→ 「1. 開始した」と回答された方にお尋ねします。										
取引に至った経緯についてお答えください。(○はいくつでも)										
<table border="1"> <tr> <td>1. 取引先からの紹介</td> <td>2. 営業開拓</td> <td>3. ホームページなどのネット関連</td> </tr> <tr> <td>4. 異業種交流</td> <td>5. マスコミ等への露出から</td> <td>6. 展示会・マッチング会</td> </tr> <tr> <td colspan="3">7. その他 (.....)</td> </tr> </table>		1. 取引先からの紹介	2. 営業開拓	3. ホームページなどのネット関連	4. 異業種交流	5. マスコミ等への露出から	6. 展示会・マッチング会	7. その他 (.....)		
1. 取引先からの紹介	2. 営業開拓	3. ホームページなどのネット関連								
4. 異業種交流	5. マスコミ等への露出から	6. 展示会・マッチング会								
7. その他 (.....)										

問9. 飲食料品に関する発注・仕入れの際の判断はどのように行っていますか。(○は2つまで)

1. 発注・仕入先との付き合いの長さ
2. 経営者の経験と勘
3. 購買担当部門の情報収集
4. 仕入・販売データを活用した独自の判断
5. 発注・仕入先からの情報・推奨による判断
6. 同業者等との情報交換による判断
7. 競争相手や業界・市場動向に基づく総合的な判断
8. その他 (.....)

問10. 飲食料品に関する発注・仕入先を開拓する上で重視する条件は何ですか。(○は2つまで)

1. 営業担当の対応
2. 地理的な距離
3. 納期の厳守
4. 価格への柔軟な対応
5. 鮮度
6. 味や栄養
7. 産地や生産者
8. 品質
9. 農薬などの使用状況 (無農薬・低農薬・有機栽培)
10. その他 (.....)

問11. 今後、取引量の拡大が見込める飲食料品についてご回答ください。(○はいくつでも)

1. 米
2. 野菜類 (具体的な品目:))
3. 果実類 (具体的な品目:))
4. 肉類
5. 鮮魚類
6. 牛乳・乳製品・鶏卵等
7. 工芸農産物 (茶、ごま、薬草等)
8. きのこと・山菜類
9. 酒
10. 麦・雑穀類、豆類、いも類
11. 菓子
12. パン
13. 豆腐・蒲鉾等加工食品
14. 乾物
15. 麺類
16. その他 (.....)

山口県では、平成20年12月に「山口県ふるさと産業振興条例」を制定し、農産品・食品にとどまらず、工業製品や各種サービスも含めて、山口県で生産されたものを県内で消費する「地産・地消」活動を推進しています。

問12. 今までに県内で生産された飲食料品(以下、県産品)について取引をされたことはありますか。(○は1つ)

1. 有 (→問13へお進みください)
2. 無 (→問14へお進みください)

問13. 今までに取り扱ったことのある、県産品についてご回答ください。(○はいくつでも)

1. 米
2. 野菜類 (具体的な品目:))
3. 果実類 (具体的な品目:))
4. 肉類
5. 鮮魚類
6. 牛乳・乳製品・鶏卵等
7. 工芸農産物 (茶、ごま、薬草等)
8. きのこと・山菜類
9. 酒
10. 麦・雑穀類、豆類、いも類
11. 菓子
12. パン
13. 豆腐・蒲鉾等加工食品
14. 乾物
15. 麺類
16. その他 (.....)

問14. 県産品の取引に関する課題は何でしょうか。(○は2つまで)

1. 数量の確保
2. 購入者の確保 (新規購入者、リピーターの確保)
3. 参加農家の確保
4. 新たな商品・加工品の開発
5. 商品の情報不足
6. コスト高
7. 地場産品の品目数
8. その他 (.....)

問15. 県産品の取引について今後の意向をお聞かせください。(○は1つ)

1. 積極的に取引したい 2. まあ取引したい 3. どちらともいえない
 4. あまり取引したくない 5. 取引したくない

→ 回答理由をご記入ください。(自由回答)

3. 事業環境について

問16. 貴事業所が感じる近年の事業環境変化についてご回答ください。(○は1つずつ)

	そう思う	やや そう思う	どちらとも いえない	あまり そう思わ ない	そう 思わない
1. 価格引下げ圧力が高まっている	1	2	3	4	5
2. 輸入品や海外企業との競争が激しくなっている	1	2	3	4	5
3. 市場が縮小傾向にある	1	2	3	4	5
4. 同業者との競争が激しくなっている	1	2	3	4	5
5. 同業者や取引先の転業、廃業が多くなっている	1	2	3	4	5
6. 品質・精度向上要求が厳しくなっている	1	2	3	4	5
7. 納期短縮要求が厳しくなっている	1	2	3	4	5
8. 技術革新や新技術の導入が進んでいる	1	2	3	4	5
9. 環境配慮への要求が強まっている	1	2	3	4	5
10. 受注の多頻度・少量化、小口化が進んでいる	1	2	3	4	5
11. ユーザー業界の生産の海外シフトが進んでいる	1	2	3	4	5
12. ユーザー業界の生産の国内回帰が進んでいる	1	2	3	4	5
13. 大手の系列に入らないと取引ができなくなっている	1	2	3	4	5

4. デザインの活用について

問17. 貴事業所ではどのような分野にデザインを活用していますか。(○はいくつでも)

1. 商号のロゴ 2. 商品・製品開発 3. 店舗・内装 4. 商品案内
 5. 広告 6. パンフレット 7. ホームページ
 8. その他 (.....)

問18. 事業に活用したデザインは誰がデザインしましたか。(○はいくつでも)

1. 自社の役員・社員 2. デザイン会社 3. デザイン専門家 4. IT会社
 5. 印刷会社 6. 広告代理店 7. その他 (.....)

