

IV. 調査結果の総合まとめ

1. 各調査の要件一覧

| | | 調査 主体 | 調査(最 小)単位 | 調査項目 | 調査概要 | 調査方法・企業 規模等 | 備考 (調査年等) |
|-----|----------------------|-------------------|--------------|-------------------|--|---|----------------------------|
| I | RESAS 調査 | 総務 省 | 市町村 | 人口動態 | ・人口 ・人口増減 ・流出・流入(通勤・ 通学) | | 2020年 但し転出入は 2022年統計 |
| | | | | 地域経済 循環分析 | 生産・所得・支出の 分析及び循環分析 | 全規模の企業 | 2018年 |
| | | | | 産業構 造・特化 係数 | 大分類・中分類別付 加価値額、特化係 数、従業者数等 | 全規模の企業 | 2016年 |
| II | 大河原町 景況調査 | 大河原 町商工 会 | 大河原町 | 景況調査 | ・景況指標 ・設備投資 ・経営課題 | 小規模企業中心 にアンケート調 査 | 2023年10月 から12月 |
| III | 1. 県連景 況調査 | 宮城県 商工会 連合会 | 宮城県 | 景況調査 | ・景況指標 ・設備投資 ・経営課題 | 小規模企業中心 にアンケート調 査 | 2023年7月 ～9月 |
| | 2. 県景況 調査 | 宮城県 | 宮城県 | 景況調査 | ・月単位の 景況動向 | 全規模の企業等 実績中心 | 2023年11月 中心 |
| | 3. 県消費 者の購買 動向 | 宮城県 | 県市町村 | 消費者行 動調査 | ・商圈 ・購買先及び選択理 由 ・商店・商店街への期 待 | ・アンケート世 代:30代～50 代 ・全規模の BtoC企業 | 2021年10月 |
| | 4. 県観光 動向 | 宮城県 | 県市町村 | 入込数・ 宿泊数 | 主要観光地別調査 | | ～2022年 |

2. 各調査結果の概要(まとめ)

2.1. RESAS 調査

(1)人口動態調査(2020 年統計；転入・転出 2022 年統計)

| | 大河原町の特徴 | 摘要 |
|-------------------|--|----------------------------|
| 総人口 | 現状はほぼ横ばい状態を維持 将来的には減少に転ずると予想 | |
| 生産年齢人口 | 2005 頃から減少に転じている | |
| 出生数 | 合計特殊出生率は 1.5 程度 | 子育て世代に楽しい街づくり |
| 転入・転出 (住居移動) | 生産年齢人口の転入増が大きい | ベッドタウン機能の充実による転入 加速 |
| 流入・流出 (通勤・通学等) | 流入元：柴田町、白石市、仙台市、角田市、村 田町(流入超：柴田町、亘理町) | 大河原町での働きの場の提供 |
| | 流出先：仙台市、柴田町、白石市、角田市 (流出超：仙台市、角田市、白石市) | ベッドタウンとしての機能 通勤、通学による流出 |

(2)地域経済循環分析(2016 年統計)

| | 大河原町 | 摘要 |
|--------|---|----|
| 生産 | 計 799 億円、内 3 次産業 620 億円(77.6%) | |
| 分配(所得) | 計 934 億円 雇用者所得：差し引き 66 億円の流入 その他所得：差し引き 69 億円の流入 「その他所得」は、①財産所得(利子・配当等)、②企業所得、③交付税、④ 社会保障給付、⑤補助金等、雇用者所得以外の所得 | |
| 支出 | 計 799 億円 民間消費：差し引き 51 億円の流入 民間投資：差し引き 17 億円の流出 その他支出：差し引き 168 億円の流出 その他支出は政府支出、地域内産業の移輸出入収支額等：例えば小売業 が域外から仕入れる金額(移入)は支出の流出となる) | |

● 仙南他市町との比較

| | |
|--------------------|--|
| 地域経済循環率 | 域内の付加価値額÷域内の全所得 大河原町：85.6%、白石市：96.7%、角田市 104.4%、柴田町 84.3% |
| 人口当たりの地 域内付加価値額 | 大河原町：338.0 万円、白石市：425.5 万円、角田市：495.2 万円、 柴田町：326.4 万円 |
| 地域内民間消費 支出分析 | 大河原町 587 億円、白石市 746 億円、角田市 648 億円、柴田町 758 億円 |

(3)産業構造・特化係数(2016 年統計)

・RESAS の提供データでは大分類、中分類ごとに国の平均的レベルとの比較で地域企業全体(小規模から大企業まで)の相対比較で優位性を示す指標(特化係数)を示し、地域の産業振興の方向性の参考データを提供してきた。

・中分類別に大河原町が国レベルの比較でも、仙南地区内での比較でも相対的にかなり優位にある分類コードは次のとおりである。

| 産業大分類名 | 業種中分類コード | 業種中分類名 | 大河原町 | | 仙南地域との比較 | | 特記事項(小規模企業向け) |
|--------------|----------|-------------------------|-----------|-------|----------|------------|---|
| | | | 付加価値額(万円) | 特化優位性 | 特化相対優位性 | 労働生産性相対優位性 | |
| 建設業・製造業 | D8 | 設備工事業 | 84,811 | ◎ | ○ | ○ | 仙南地区の中では相対的に優位性があることを活かした取り組みが必要 |
| | D7 | 職別工事業(設備工事業を除く) | 57,764 | ◎ | | ◎ | |
| | E9 | 食料品製造業 | 26,967 | | | ◎ | 地域の特産品を生かす製造業は競争力の面で厳しい。 例えば製造+販売・サービスを一体化し、生産性の向上を図るなど他との差別化が必要と思われる。 |
| | E13 | 家具・装備品製造業 | 10,597 | ◎ | ◎ | ◎ | 製造業の中で競争力のある分野。小規模企業も参入が可能な分野。 |
| 卸・小売業 | I58 | 飲食物品小売業 | 376,226 | ◎ | ◎ | ◎ | 大手企業との差別化がポイント 買物相談機能を強化するなど、サービス機能を付加する取り組みで大手との差別化が必要 |
| | I60 | その他の小売業 | 250,061 | ◎ | ◎ | ◎ | |
| | I59 | 機械器具小売業 | 61,982 | ◎ | ◎ | ◎ | |
| | I52 | 飲食物品卸売業 | 44,672 | ◎ | ◎ | ◎ | |
| | I61 | 無店舗小売業 | 28,539 | ◎ | ◎ | ◎ | 地域以外の購買先に負けない 特色ある商品取り扱いが必要 |
| | I57 | 織物・衣服・身の回り品小売業 | 16,912 | | ◎ | ◎ | |
| | I55 | その他の卸売業 | 10,708 | | ◎ | ◎ | |
| サービス業 J～R | R88 | 廃棄物処理業 | 42,396 | ◎ | ◎ | ◎ | 仙南地区での優位性を活かし、 大手企業に負けないきめ細かい 取り組みが必要 |
| | K68 | 不動産取引業 | 37,644 | ◎ | ◎ | ◎ | |
| | K69 | 不動産賃貸業・管理業 | 35,747 | ○ | ◎ | ◎ | |
| | R89 | 自動車整備業 | 32,497 | ◎ | ◎ | ◎ | 有力分野であるが大手ディーラーに負けない取り組みが必要 |
| | L72 | 専門サービス業(他に分類されないもの) | 29,776 | | ◎ | ◎ | 仙南地区の中での優位性を活かすにとどまらず、個性的なサービス提供で地域経済発展に寄与できる可能性のある分野 |
| | N78 | 洗濯・理容・美容・浴場業 | 26,111 | ◎ | ○ | ◎ | |
| | N80 | 娯楽業 | 17,723 | | ◎ | ◎ | |
| | J67 | 保険業(保険媒介代理業、保険サービス業を含む) | 13,383 | | ◎ | ◎ | |
| | N79 | その他の生活関連サービス業 | 12,782 | ○ | ◎ | ◎ | |
| | | | | | | | |

・大河原町は仙南地区内での商業地区であり、中でも小規模企業は消費者に密着した購買行動に依存する場
 合がほとんどであるといえる。大手企業との棲み分けを指向して消費者のきめ細かいニーズに答えていく視
 点を地域の優位性と合わせて持つことが重要となる。

・BtoC 主体の企業については「県消費者の購買動向」と合わせての分析が有効である。

2.2. 大河原町景況調査

・「宮城県商工会地区中小企業景況調査結果」に加えて、大河原町商工会で独自に追加調査し、製造、建設各 6 企業、小売業、サービス業計各 10 企業を対象として調査結果をまとめた。

・DI 調査：本報告書中のDIとは、デフュージョン・インデックス(景気動向指数)の略で、各調査項目についての増加(上昇・好転)企業割合と減少(低下・悪化)企業割合の差を示すものである。

$$\Rightarrow \text{DI 値} = (\text{増加企業数} - \text{減少企業数}) \div \text{調査企業数} \times 100$$

・設備投資：小売業、サービス業について設備投資の実施割合、実施対象について宮城県全体と大河原町の状況を比較した。

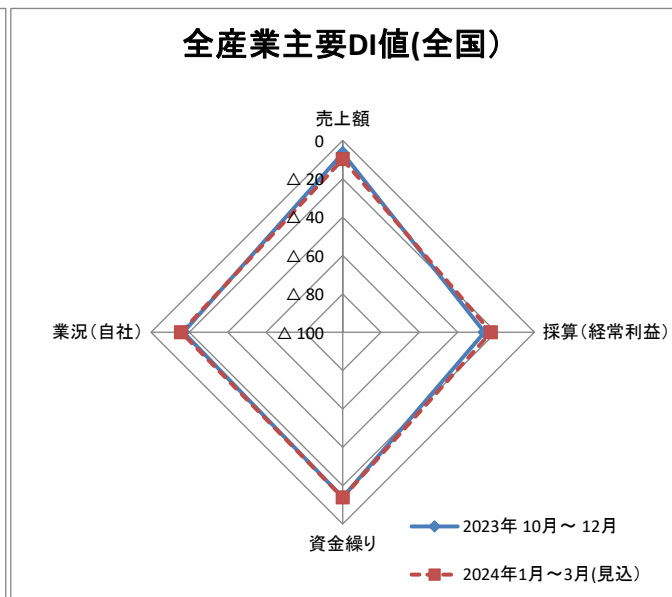
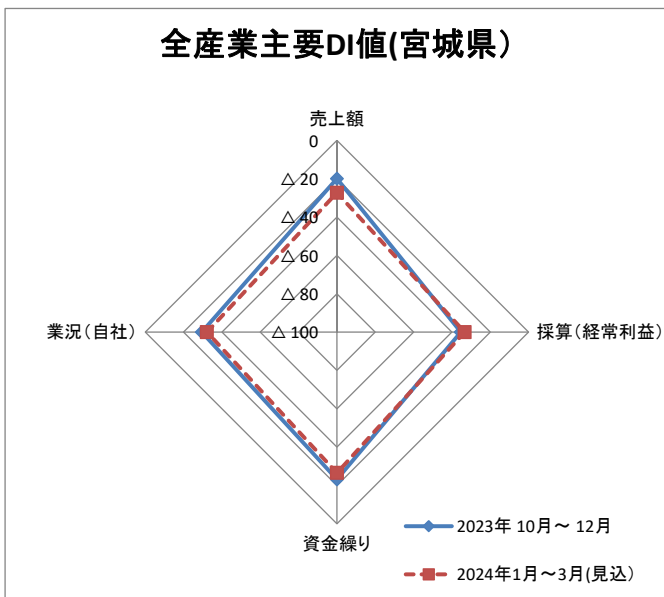
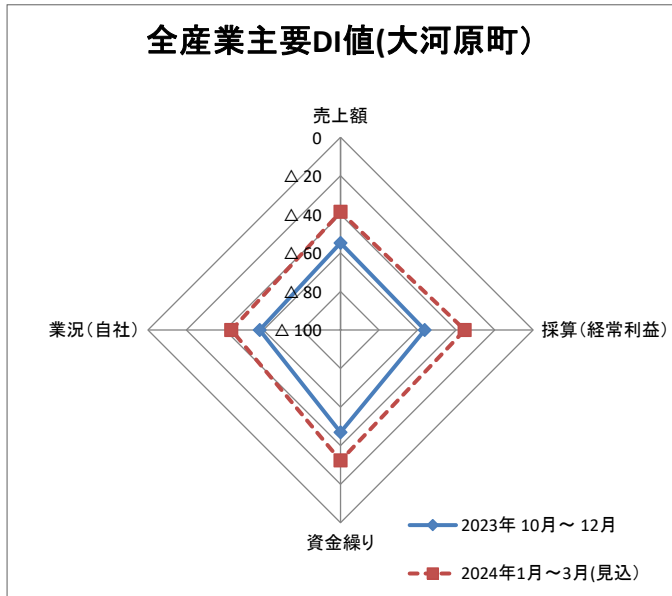
経営上の問題点：調査先各企業が 1—3 位までの経営上の問題点として記入した結果を整理したものである。

$$\Rightarrow \text{重要度指標} = 1 \text{ 位}(\%) + [2 \text{ 位}(\%) \div 2] + [3 \text{ 位}(\%) \div 2]$$

(1)全産業（全業種）の DI 値(大河原町、宮城県、全国の DI 値比較)

全体として大河原町は全国や宮城県全体よりも厳しい景況判断となっているが、来期には県レベル並みの景気回復が見込まれると予想している。

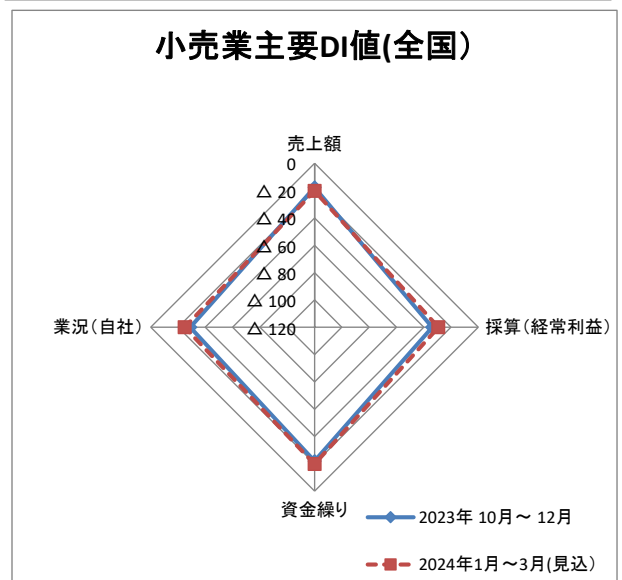
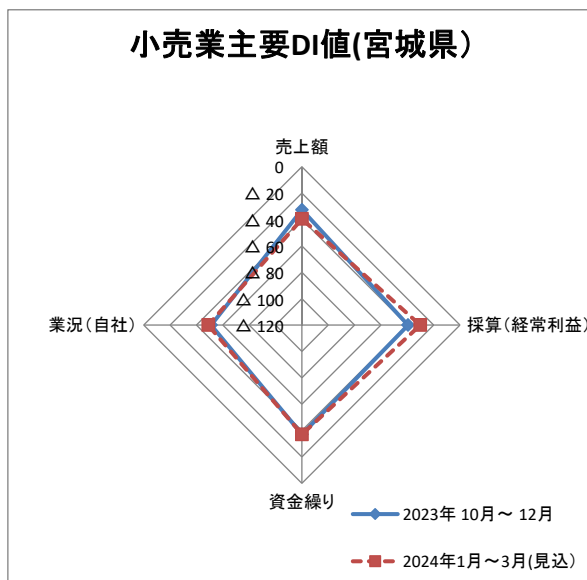
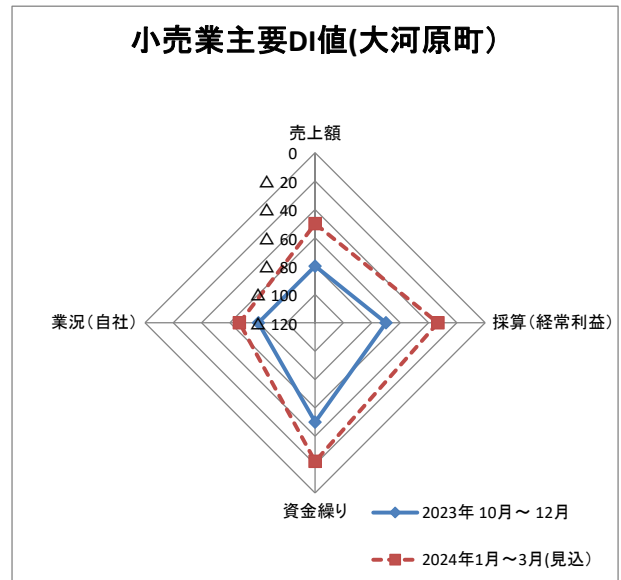
| 全産業 DI 値(大河原町) | 2023 年 10 月～12 月 | 2024 年 1 月 ～3 月(見込) |
|-------------------|---------------------|------------------------|
| 売上額 | △ 54.8 | △ 38.7 |
| 採算(経常利益) | △ 56.3 | △ 35.5 |
| 資金繰り | △ 46.9 | △ 32.3 |
| 業況(自社) | △ 58.1 | △ 43.3 |



(2) 小売業の比較

・大河原町は今期は全国、宮城県以下の景況判断であるが、来期には宮城県並みの景況判断に上向くと見込んでいる

| 小売業 DI 値(大河原町) | 2023年10 月～12月 | 2024年1月 ～3月(見込) |
|-------------------|------------------|--------------------|
| 売上額 | △ 80.0 | △ 50.0 |
| 採算(経常利益) | △ 70.0 | △ 33.3 |
| 資金繰り | △ 50.0 | △ 22.2 |
| 業況(自社) | △ 80.0 | △ 66.7 |

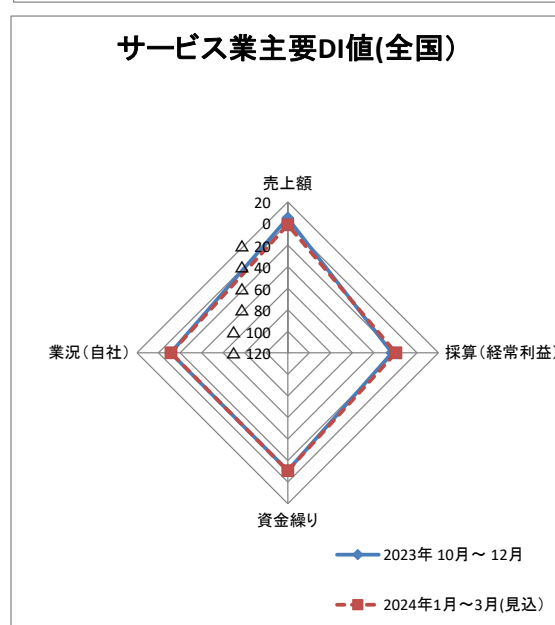
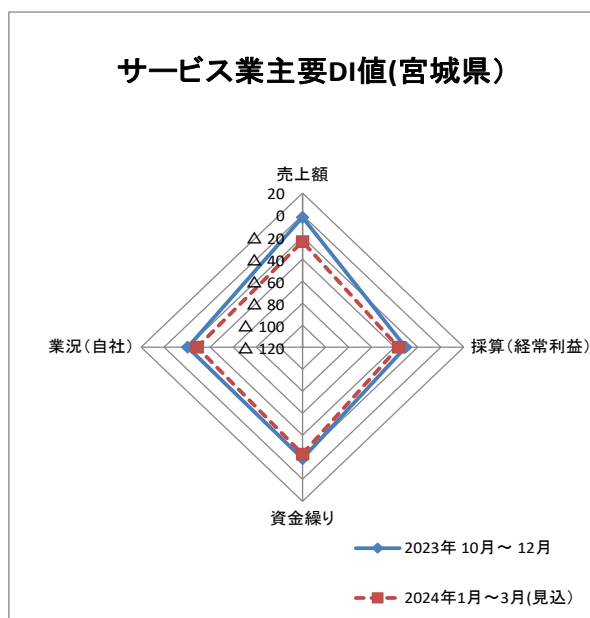
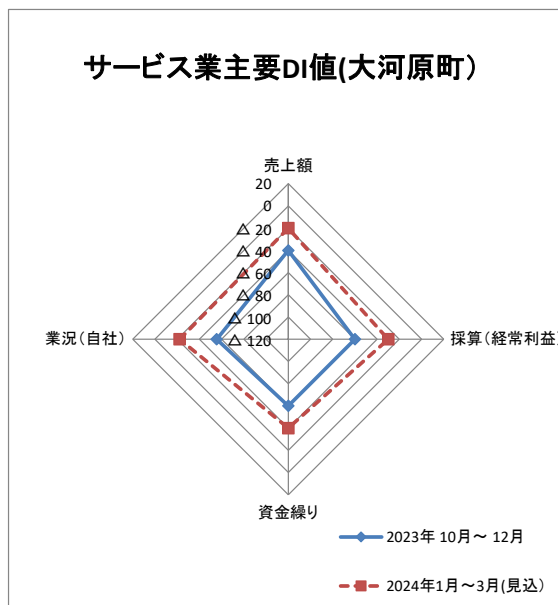


- 大河原町飲食小売業と飲食以外の小売業の景況
 - ・飲食品の販売に関しては、業況(自社)面では景気回復は来期も望めないと判断している一方、採算面では来期は大幅な改善が見込まれると見込み、売上や資金面でも改善が見込まれると判断している。
 - ・飲食品以外の小売業では、今期は売上面で特に厳しい景気判断であるが、来期は全ての指標で景気回復を見込んでいる。
- 設備投資
 - ・大河原町と宮城県全体の設備投資状況との比較は次の通りである。
 - ・宮城県全体に比べて大河原町は倍以上の設備投資、来期への見込(意欲)も 50%は宮城県全体より50%増しの設備投資の見込みである。
- 経営上の問題点
 - ・大河原町では需要の停滞、消費者ニーズの変化が大きく問題点として指摘がある一方、宮城県全体では仕入れ単価の上昇を経営上の問題点とする指摘が大きい。
 - ・大河原町の景況回復が進むに従い、今後宮城県全体の問題点が指摘されることも予想される。

(3) サービス業の比較

・大河原町サービス業全体の景況判断は、全国や宮城県に比べて今期は厳しい判断であるが、来期は全国レベルまでは無理としても宮城県並みの回復と見込んでいる。

| サービス業 DI値(大河原町) | 2023年10月 ～12月 | 2024年1月 ～3月(見込) |
|--------------------|------------------|--------------------|
| 売上額 | △ 54.8 | △ 38.7 |
| 採算(経常利益) | △ 56.3 | △ 35.5 |
| 資金繰り | △ 46.9 | △ 32.3 |
| 業況(自社) | △ 58.1 | △ 43.3 |



- 大河原町飲食業と飲食業以外の景況
 - ・飲食業の景況判断は極めて厳しいもので、来期も急激な回復は見込めないとの判断である。
 - ・他方、飲食業以外の景況判断は 飲食業に比べて明るい判断で、来期は更に景気の回復を見込んでいる。
- 設備投資
 - ・宮城県に比べて今期はほぼ同等の投資の実施割合、また来期に向けては大河原町では調査対象企業ではおらず、宮城県が多様な投資見込となっているのと対照的である。
- 経営上の問題点
 - ・大河原町サービス業は小売業と同様に利用者ニーズの変化や需要の停滞を問題点として大きく取り上げている一方、宮城県全体では小売業と同様に仕入れ単価の上昇、また人件費以外の経費の増加を主要問題点として取り上げている。
 - ・大河原町でも来期以降の一層の景気回復とともに宮城県全体の問題点がクローズアップされてくることが予想される。

2.3. 宮城県調査

2.3.1. 県連景況調査

報告書(1. 県下産業全体の景況)の表のグラフ化した結果を以下に示す。

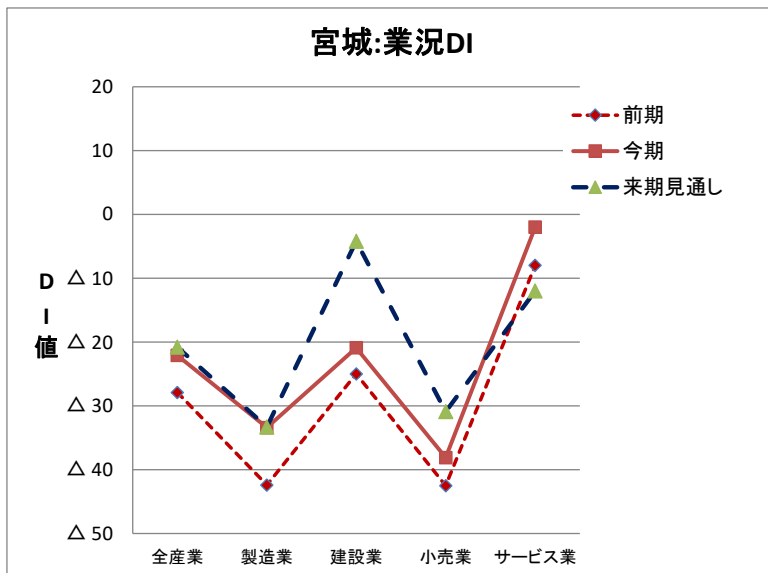
(1) 主要景況項目のあらまし

① 業況 DI の状況と来期見通し

| 表-1 | 前期 | 今期 | 来期見通し |
|-------|--------|--------|--------|
| 全産業 | △ 27.9 | △ 22.1 | △ 20.8 |
| 製造業 | △ 42.4 | △ 33.4 | △ 33.3 |
| 建設業 | △ 25.0 | △ 20.9 | △ 4.2 |
| 小売業 | △ 42.5 | △ 38.1 | △ 30.9 |
| サービス業 | △ 8.0 | △ 2.0 | △ 12.0 |

前期から今期へは全体として業況判断は上向いている。

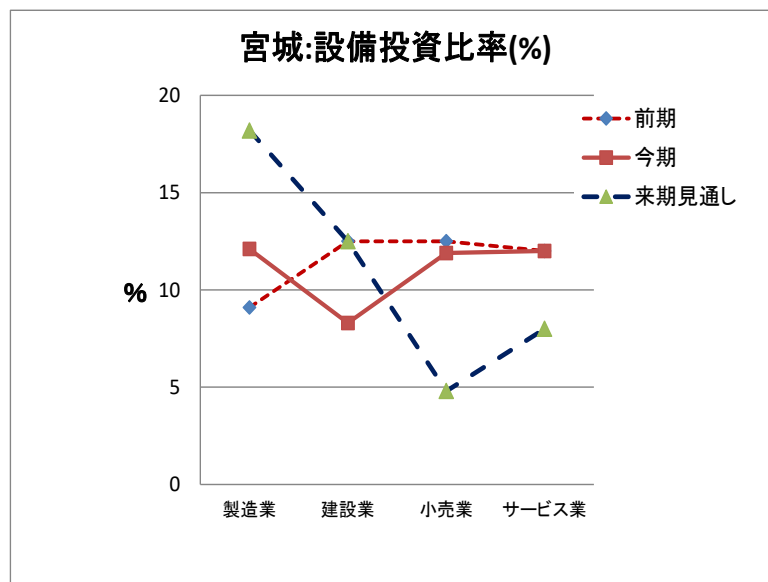
一方来期に向けては建設業、小売業はさらに上向くと判断の一方、サービス業では今後の業況は厳しくなるとの見通しである。



② 設備投資の状況と来期計画

| 表-2 | 前期 | 今期 | 来期見通し |
|-------|------|------|-------|
| 製造業 | 9.1 | 12.1 | 18.2 |
| 建設業 | 12.5 | 8.3 | 12.5 |
| 小売業 | 12.5 | 11.9 | 4.8 |
| サービス業 | 12.0 | 12.0 | 8.0 |

製造業、建設業では来期に向けて投資は上向きである一方、小売業、サービス業では来期は今期に比べて抑え気味の投資見通しとなっている。



(2)全国・東北ブロックおよび本県景況のあらまし

詳細は「県下産業別の景況に詳述されているのでここでは全体像の特筆事項のみを記述する。

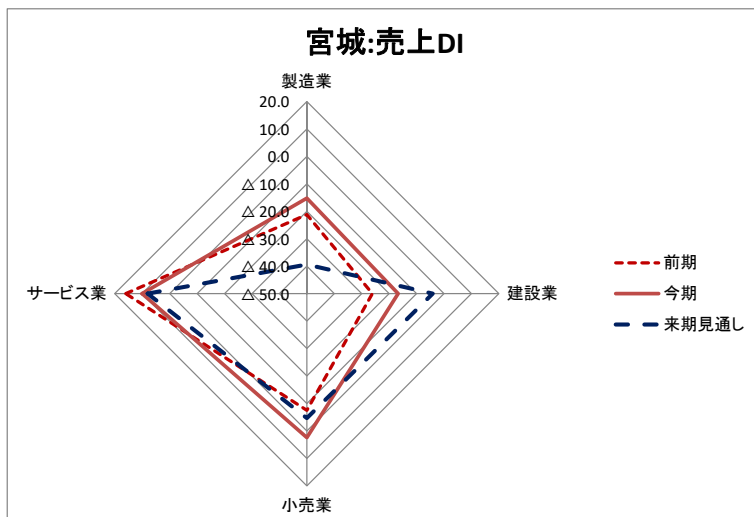
① 売上額(完成工事額)の比較

・宮城・東北・全国の売り上げ額をそれぞれ業種別にまとめてグラフ化する。(東北は前期・今期のみ)

● 表一3、表-5 より「宮城」の売上

| | 前期 | 今期 | 来期見通し |
|-------|--------|--------|--------|
| 製造業 | △ 21.2 | △ 15.2 | △ 39.4 |
| 建設業 | △ 26.1 | △ 16.7 | △ 4.1 |
| 小売業 | △ 7.5 | 2.4 | △ 4.7 |
| サービス業 | 16.0 | 10.0 | 8.0 |

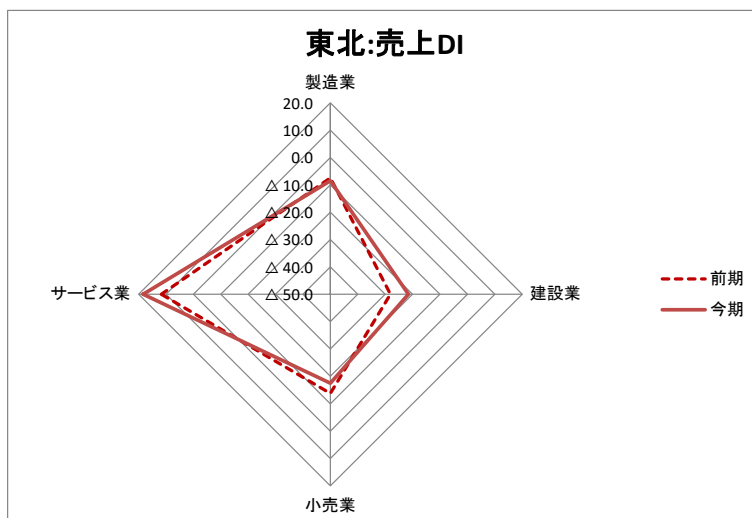
製造業は来期大幅な悪化の見通しの一方建設業は大幅な改善の見通しである。



● 表一3 より「東北」の売上

| | 前期 | 今期 |
|-------|--------|--------|
| 製造業 | △ 7.5 | △ 8.5 |
| 建設業 | △ 28.1 | △ 21.5 |
| 小売業 | △ 13.8 | △ 17.5 |
| サービス業 | 11.7 | 18.3 |

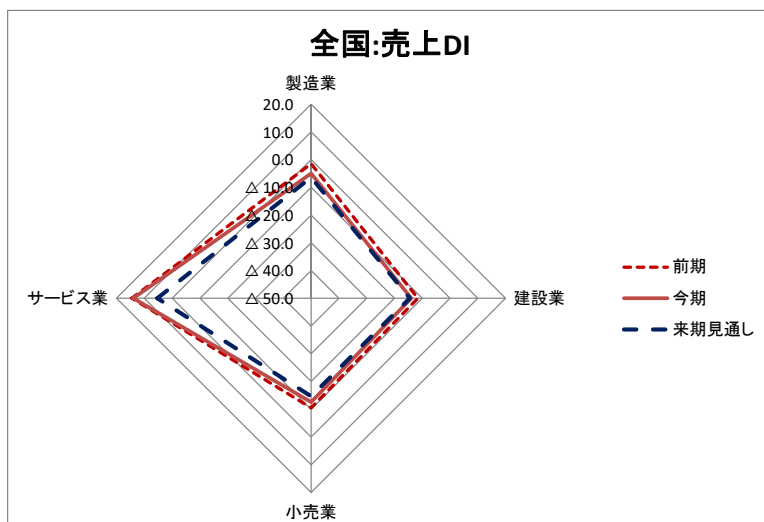
建設業・小売業の前期・今期動向は宮城のDIは東北 DI より大である。(宮城>東北と略する。以下においても同じ略号を用いる。)一方、製造業の比較では東北>宮城である。



● 表一3、表-5 より「全国」の売上

| | 前期 | 今期 | 来期見通し |
|-------|--------|--------|--------|
| 製造業 | △ 1.5 | △ 5.0 | △ 6.4 |
| 建設業 | △ 11.6 | △ 14.0 | △ 14.5 |
| 小売業 | △ 10.5 | △ 12.6 | △ 14.7 |
| サービス業 | 14.5 | 14.0 | 5.3 |

小売業の動向は宮城>全国である。一方製造業・建設業では全国>宮城である。



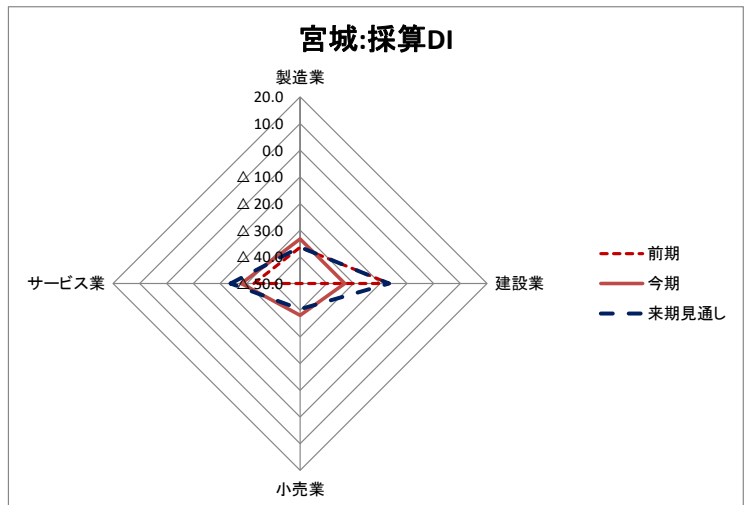
② 採算の比較

・宮城・東北・全国の採算をそれぞれ業種別にまとめてグラフ化する。(東北は前期・今期のみ)

● 表-4、表-6 より「宮城」の採算

| | 前期 | 今期 | 来期見通し |
|-------|--------|--------|--------|
| 製造業 | △ 36.4 | △ 33.3 | △ 36.3 |
| 建設業 | △ 16.6 | △ 33.3 | △ 16.7 |
| 小売業 | △ 50.0 | △ 38.1 | △ 40.4 |
| サービス業 | △ 32.7 | △ 28.0 | △ 24.0 |

製造業・小売業は来期悪化の見通し、サービス業は来期改善の見通し。建設業は来期に向け大幅に採算が改善との見通しとなっている。



● 表-4より「東北」の採算

| | 前期 | 今期 |
|-------|--------|--------|
| 製造業 | △ 30.4 | △ 29.8 |
| 建設業 | △ 34.6 | △ 40.3 |
| 小売業 | △ 43.7 | △ 43.4 |
| サービス業 | △ 29.7 | △ 19.4 |

今期の宮城・東北の比較では
 製造業:東北>宮城、建設業:東北<宮城
 小売業:東北<宮城、サービス業:東北>宮城となっている。

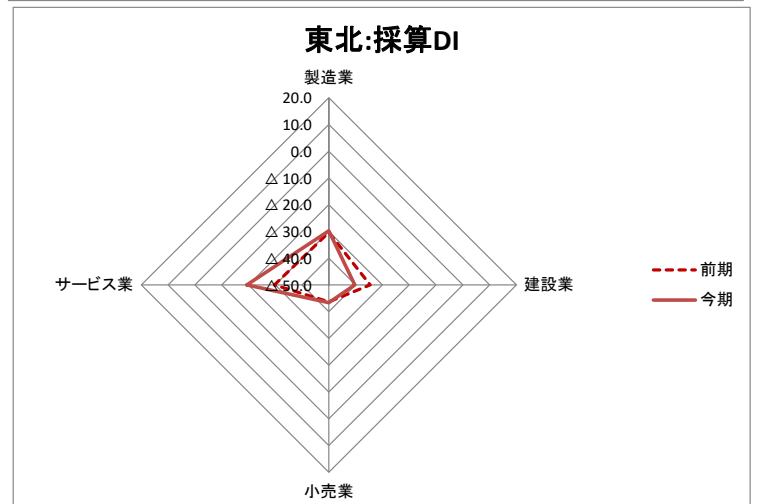
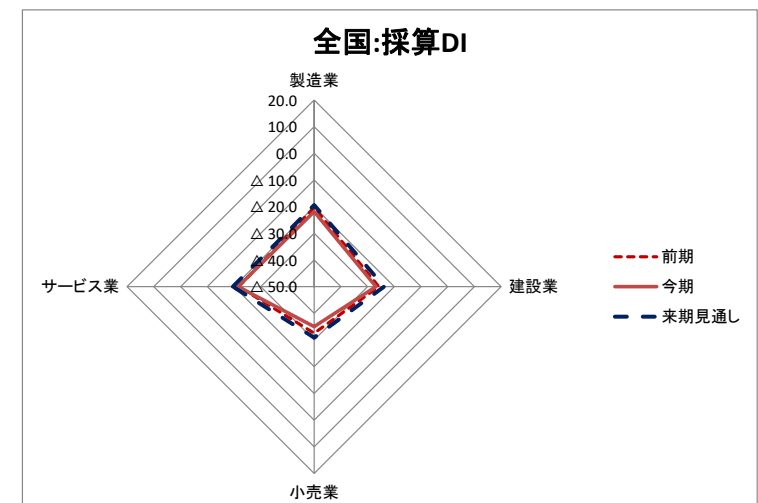


表-4、表-6 より「全国」の採算

| | 前期 | 今期 | 来期見通し |
|-------|--------|--------|--------|
| 製造業 | △ 20.3 | △ 21.9 | △ 19.4 |
| 建設業 | △ 25.8 | △ 26.9 | △ 23.8 |
| 小売業 | △ 32.6 | △ 35.0 | △ 30.9 |
| サービス業 | △ 21.8 | △ 21.5 | △ 19.6 |

今期の宮城・全国の比較では
 全業種で全国>宮城となっている。
 来期見通しの比較では
 製造業・小売業・サービス業で全国>宮城、
 建設業では全国<宮城となっている。



2.3.2. 県景況調査

宮城県全体の企業（大手企業から小規模企業まで）等の動向を以下の通り示す。

(1)みやぎ経済月報要約宮城県の経済概況（令和6年1月31日公表）の要点

（統計課資料 第1569-10号みやぎ経済月報(2024年1月号) 令和6年1月31日

原文下記参照方

<https://www.pref.miyagi.jp/soshiki/toukei/keiki.html>

I 本県の経済概況

11月を中心とした宮城県経済の概要
緩やかに持ち直している。

○前回公表分からの変更点は、なし。
(変化方向※)



※ 矢印により表現の上方・下方修正を示しています。
絶対的な好況・不況の水準や方向感を示すものではないことに御留意願います。

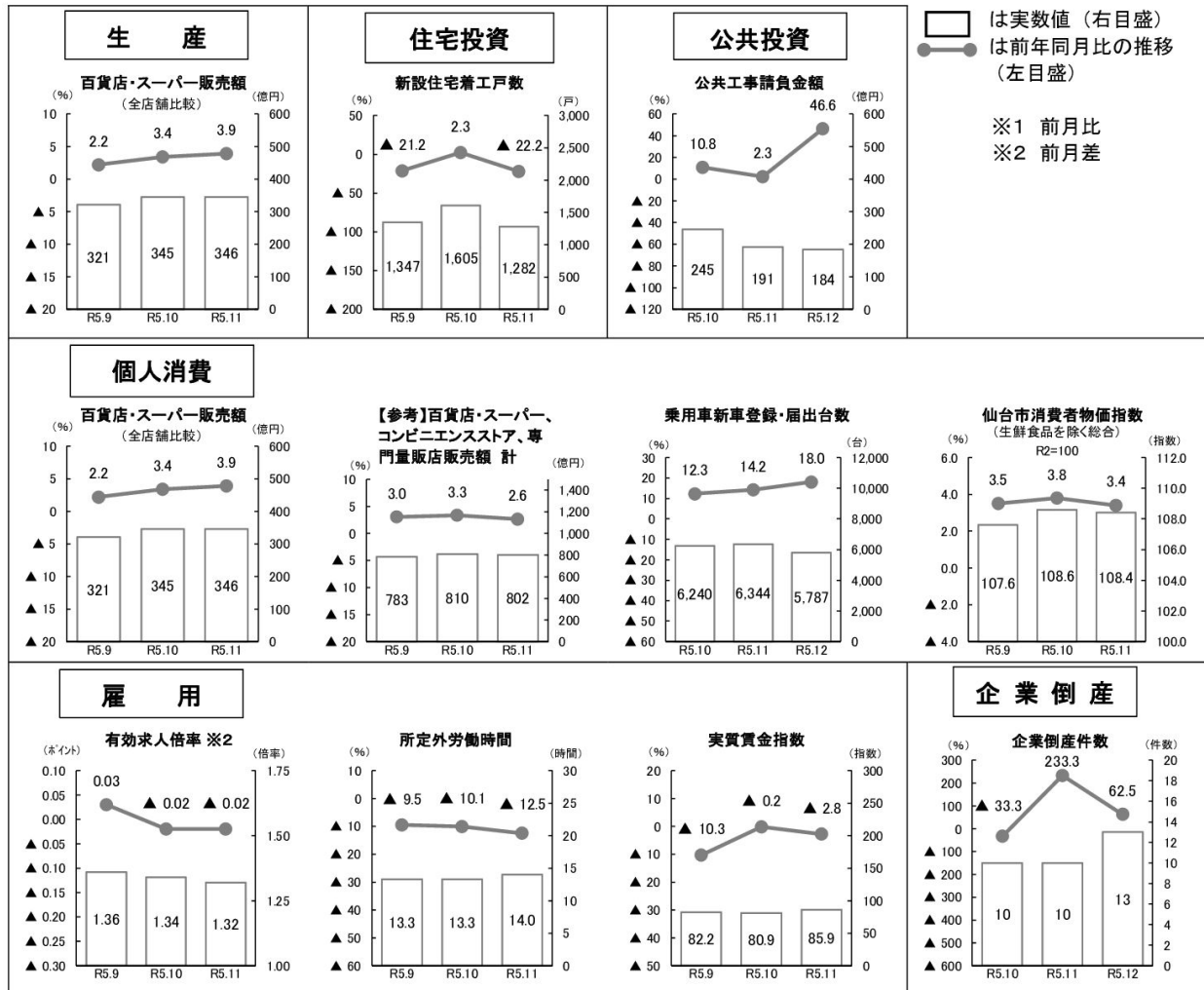
○前回公表分との比較(下線部は変更箇所)

| 個別指標 | 前回公表分 (2023年12月号) | 今回公表分 (2024年1月号) | 変化方向※ |
|------|----------------------|-----------------------|-------|
| 生産 | 一進一退の動きとなっている。 | 一進一退の動きとなっている。 | → |
| 住宅投資 | 弱い動きとなっている。 | 弱い動きとなっている。 | → |
| 公共投資 | <u>弱めの動きとなっている。</u> | <u>下げ止まりの動きがみられる。</u> | ↗ |
| 個人消費 | 緩やかに回復している。 | 緩やかに回復している。 | → |
| 雇用 | 持ち直しの動きに足踏みがみられる。 | 持ち直しの動きに足踏みがみられる。 | → |
| 企業倒産 | 増加の傾向が続いている。 | 増加の傾向が続いている。 | → |

※ 矢印により表現の上方・下方修正を示しています。
絶対的な好況・不況の水準や方向感を示すものではないことに御留意願います。

● 原データ

直近3か月の経済動向（前年同月比の動き）



(2)宮城県・全国・東北の景況比較

| 対象 | 調査部門 | 記述 |
|-----|---------------------|--|
| 宮城県 | 宮城県 | 緩やかに持ち直している。 |
| | 七十七リサーチ&コンサルティング(株) | 最近の県内景況をみると、一部に弱い動きがみられるものの、全体としては緩やかに持ち直している。 |
| 全国 | 内閣府 | 景気は、このところ一部に足踏みもみられるが、緩やかに回復している。 |
| | 日本銀行 | わが国の景気は、緩やかに回復している。 |
| 東北 | 東北経済産業局 | 緩やかに持ち直している。 |
| | 日本銀行仙台支店 | 東北地域の景気は持ち直している。 |

2.3.3. 県消費者の購買動向(2021年10月調査)

(1) 商圈(仙南地区の調査結果)

・仙南の30%が買回品を大河原町で購入(吸引率)、中でも、地元、村田町、蔵王町計では51%(吸引率)

(2) 大河原町内調査者の結果

| | 最寄品 | 買回品 | サービス |
|------------------------|---|--|---|
| 地元購買率 | 79.9% | 55.1% | 79.7% |
| 買物先店舗形態 | ① 食品スーパー(53.9%) ② 大型専門店・量販店(17.2%) ③ 百貨店・総合スーパー(11.6%) ④ 生協・農協(6.5%) ⑤ 一般商店・専門店(5.9%) | ① 大型専門店・量販店(45.6%) ② ネットショップ等(18.1%) ③ 百貨店・総合スーパー(16.4%) ④ 一般商店・専門店(14.3%) | |
| 買物先店舗場所 | ① 中心部(51.4%) ② 郊外(バイパス沿い等)(43.1%)(*) ③ その他(5.5%) | ① 郊外(バイパス沿い等)(47.4%) ② 中心部(34.2%) ③ その他(18.4%) | ① 郊外(バイパス沿い等)(63.7%) ② 中心部(28.6%) ④ その他(7.7%) |
| 買物先の選択理由 | (食料品)(上位4位まで) 近くて便利 35.9% 価格が安い 18.8% 品数が豊富(*) 12.8% 品質が良い(*) 10.7% (日用雑貨) 品数が豊富 25.3% 価格が安い 19.2% 近くて便利(*) 16.7% 品質が良い(*) 13.5% | (衣料品)(上位6位まで) 近くて便利 32.6% 品数が豊富(*) 17% 価格が安い 15.6% 一か所で買い物ができる 9.7% ポイントカード等がある 8.3% 品質が良い(*) 5.6% | |
| 地元商店・商店街に求める役割(上位4位まで) | ① 日用品・食料品の販売(25.6%) ② オリジナル商品・限定品等の販売(16.6%)(*) ④ 地域コミュニティの拠点(12.3%)(**), ④ まちのにぎわい創出の担い手(12.3%) | | ③ 外食サービスの提供(14.3%) |

(*)白石ブロック平均に比べて大河原町に特有な選択理由・要望

・大河原町の買物先選択理由は「価格が安い」の他に、「品ぞろえや品質」で買物先を選択する割合が白石ブロック(仙南地区)内では相対的に大きい、

(**)地元商店・商店街には「地元ならではの商品・サービスの提供のニーズ」の他、「地域コミュニティの拠点(地域の交歓の場)を求めるニーズ」も大きい。今後の在り方を模索するうえでの大きなヒントとなる指摘である。

2.3.4. 県観光動向

(延べ人数)

| | | R元 (2019) | R2(2020) | R3 (2021) |
|-------|----------------|-----------|----------|-----------|
| 入れ込み数 | おおがわら桜まつり (中止) | 250,000 | 0 | 0 |
| | おおがわら天然温泉 いい湯 | 150,176 | 102,043 | 120,746 |
| | その他 | 34,050 | 12,700 | 14,900 |
| | 大河原町計 | 434,226 | 114,743 | 135,646 |
| 宿泊数 | 大河原町計 | 34,664 | 32,414 | 33,142 |

・観光客入込数の回復

大河原桜まつりは2020,2021,2022と3年間中止、2020年、2021年は前年2019年に比べ約1/3に、2023年(R5年)から再開している。町内の、なかでも飲食店への好影響が今後は期待できる状況に復旧すると予想される。

「大河原天然温泉 いい湯」もコロナ禍以前に急速に復旧しつつあり、今後の一層の発展が期待される。

・宿泊数は入れ込み数の変化の影響が少なく、宿泊数の多くがビジネス客であることを示すものでもある。大河原町内全体の業況の発展に伴い、増加することが期待される。

3. 追記メモ

3.1. 調査結果の主要な活用ポイント

以下に調査結果を一覧して活用ポイントをまとめる。

| | | 調査(最小)単位 | 調査項目 | 調査概要 | 調査方法・企業規模等 | 町内企業持続化・成長・起業等への活用のポイント |
|-----|--------------|----------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|--|
| I | RESAS調査 | 市町村 | 人口動態 | ・人口 ・人口増減 ・流出・流入(通勤・通学) | | 大河原町及び近辺の人口動態の把握により、需要や今後の産業の在り方の基礎資料 |
| | | | 地域経済循環分析 | 生産・所得・支出の分析及び循環分析 | 全規模の企業 | 町内への支出拡大(需要拡大)の重要性や周辺市町との経済循環特性の比較を通して、産業全体の課題の把握 |
| | | | 産業構造・特化係数 | 大分類・中分類別付加価値額、特化係数、従業者数等 | 全規模の企業 | 産業大分類別・中分類別に大河原町内分類産業の優位性の把握 |
| II | 大河原町景況調査 | 大河原町 | 景況調査 | ・景況指標 ・設備投資 ・経営課題 | 小規模企業中心にアンケート調査 | 大河原町内の事業者の景況等の現状と今後の見通しの把握 |
| III | 1. 県連景況調査 | 宮城県 | 景況調査 | ・景況指標 ・設備投資 ・経営課題 | 小規模企業中心にアンケート調査 | 宮城県内の事業者の景況等の現状と今後の見通しの把握 全国・東北との比較 |
| | 2. 県景況調査 | 宮城県 | 景況調査 | ・月単位の景況動向 | 全規模の企業等 実績中心 | 宮城県内の生産、住宅投資、公共投資、個人消費、雇用、企業倒産の動向把握 合わせて、全国・東北の景気動向の把握 |
| | 3. 県消費者の購買動向 | 県市町村 | 消費者行動調査 | ・商圈 ・購買先及び選択理由 ・商店・商店街への期待 | ・アンケート世代：30代～50代 ・全規模のBtoC企業 | 消費者から見た、町内小売業、サービス業の利用形態と地元商店・商店街に求める役割の集計 町内 BtoC 企業の在り方への参考となる重要な調査結果 |
| | 4. 県観光動向 | 県市町村 | 入込数・宿泊数 | 主要観光地別調査 | | 観光による需要分析の基礎資料 |

3.2. 消費者への販売・サービス提供を直接または間接的に行う業種への活用(BtoC 企業)

Ⅲ-3「県購買行動」調査結果が大変参考になる。

- 大河原町の消費者は、仙南地区の中では都市圏の消費者の購買行動に類する部分が多い。最寄品では、競合相手は地元大手小売店であり、買回り品では地元大手だけでなく都市圏（仙台、名取等）の大手小売店との差別化や棲み分けを考えていく必要がある。サービス提供では都市圏の嗜好を逸早く取り入れていくことが有効であろう。価格だけでなく、良い品質、品ぞろえの多様性を求める傾向が強い。また、単に消費者の購買行動対応だけでなく、同時に地域のコミュニティに寄与することも求めている。
- 以上、大規模な販売店、サービス店では求められない小規模企業ならではの木目の細かい取り組みが重要であることを示すものである。

3.3. 消費者への直販が少ない企業の販売戦略のポイント

- 地元特有の製品・商品の開拓、またはブランド化が可能な製品・商品の開拓が今後の発展の鍵である。

以上