
令和8年度

あきない部会アンケート結果

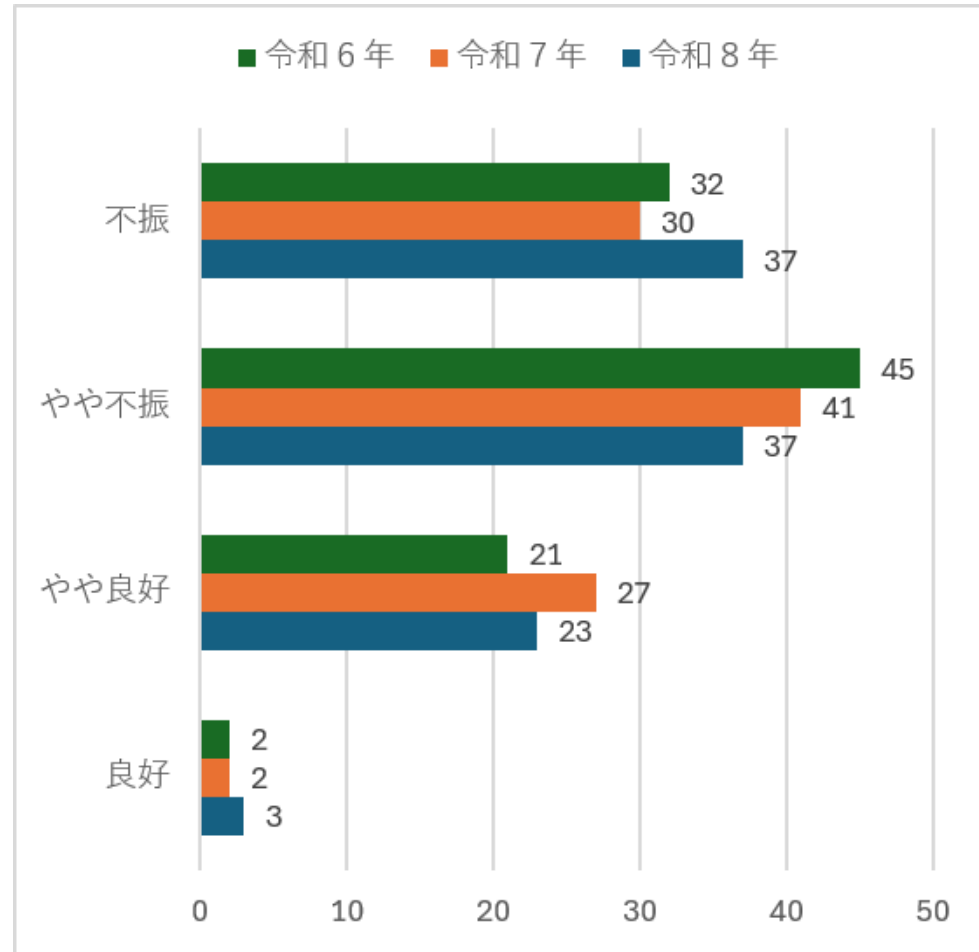
景気状況並びにデジタル活用・省力化の実態調査

- ・ 調査期間 令和8年5月1日（金）～6月19日（金）
 - ・ 調査対象 全部会員（195件）
 - ・ 回答数 100事業所（回収率：51.28%）
-

景況状況に 関する項目



Q1.直近一年間の利益状況はどうですか？

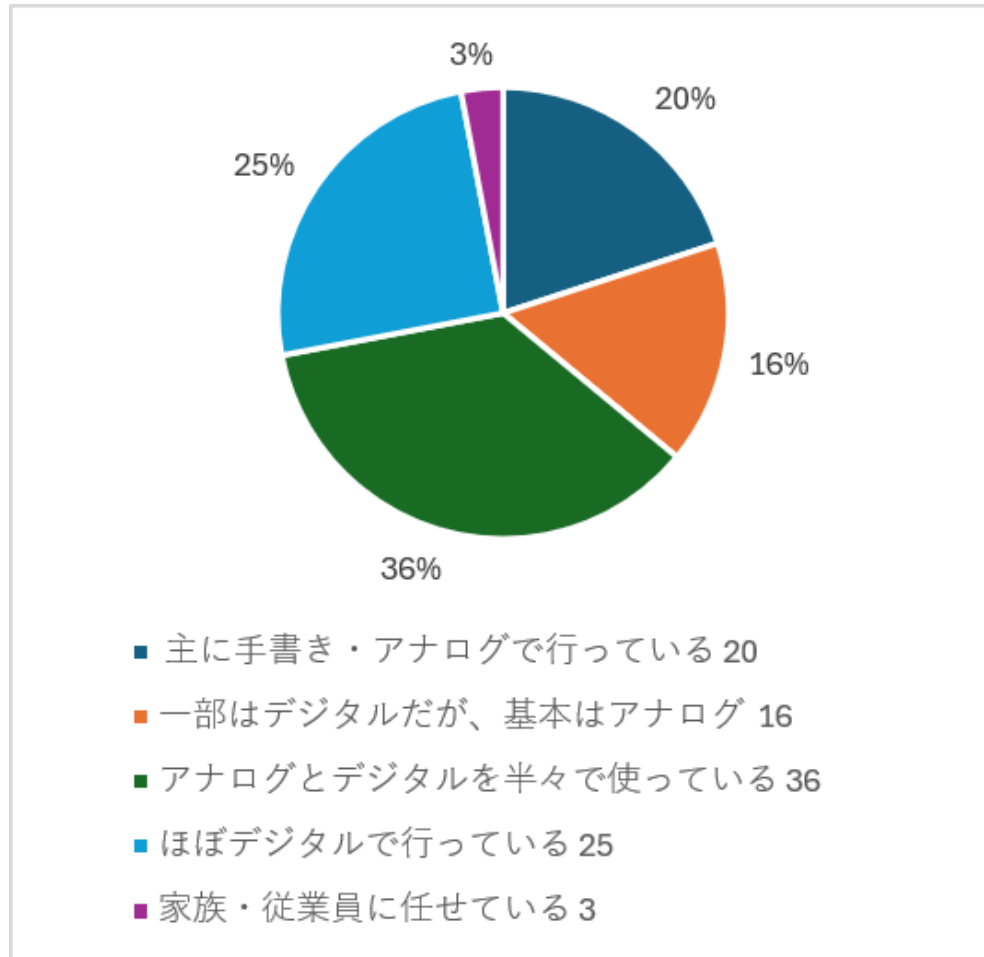


収益環境は全体として厳しく、「良好」「やや良好」の割合に大きな改善は見られません。「やや良好」は令和7年に27%へ改善したものの8年には23%に低下し、「良好」も2～3%と利益改善の実感は限定的です。一方で「やや不振」が37%へ減少した反面、「不振」は37%へ上昇しました。このことから、従来は軽度な利益悪化にとどまっていた事業者の一部が、より厳しい経営状況へ移行している可能性がうかがえます。

デジタル活用・ 省力化の実態



Q2. 日常業務(売上管理・事務作業など)のやり方

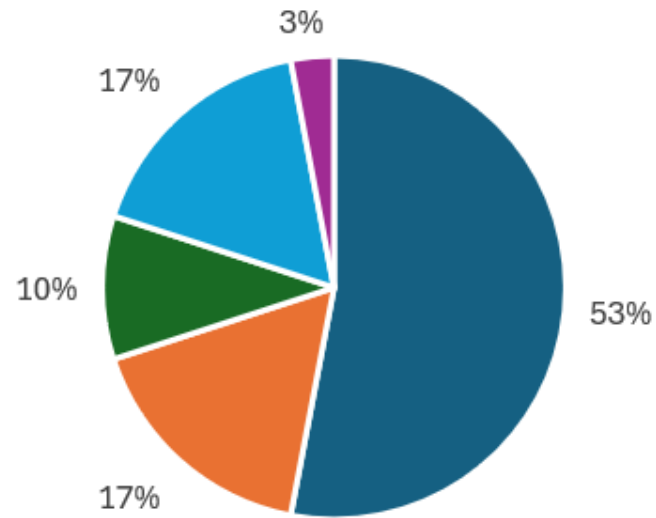


日常業務の運用は、アナログ中心（20% + 16% = 36%）半々（36%）

ほぼデジタル（25%）となっており、**約7割がアナログ要素を相当残した運営**です。特徴的なのは、「全く導入していない」のではなく、**必要最低限は取り入れているが、それ以上進まない層が厚く**業務の運用に取り入れているが**経営改善までは使えていない**という状態が多いと考えられます。

**「必要な範囲で活用する」
デジタル成熟には至っていない**

Q3. デジタル機器(レジ・パソコン・スマホ等)についての考え

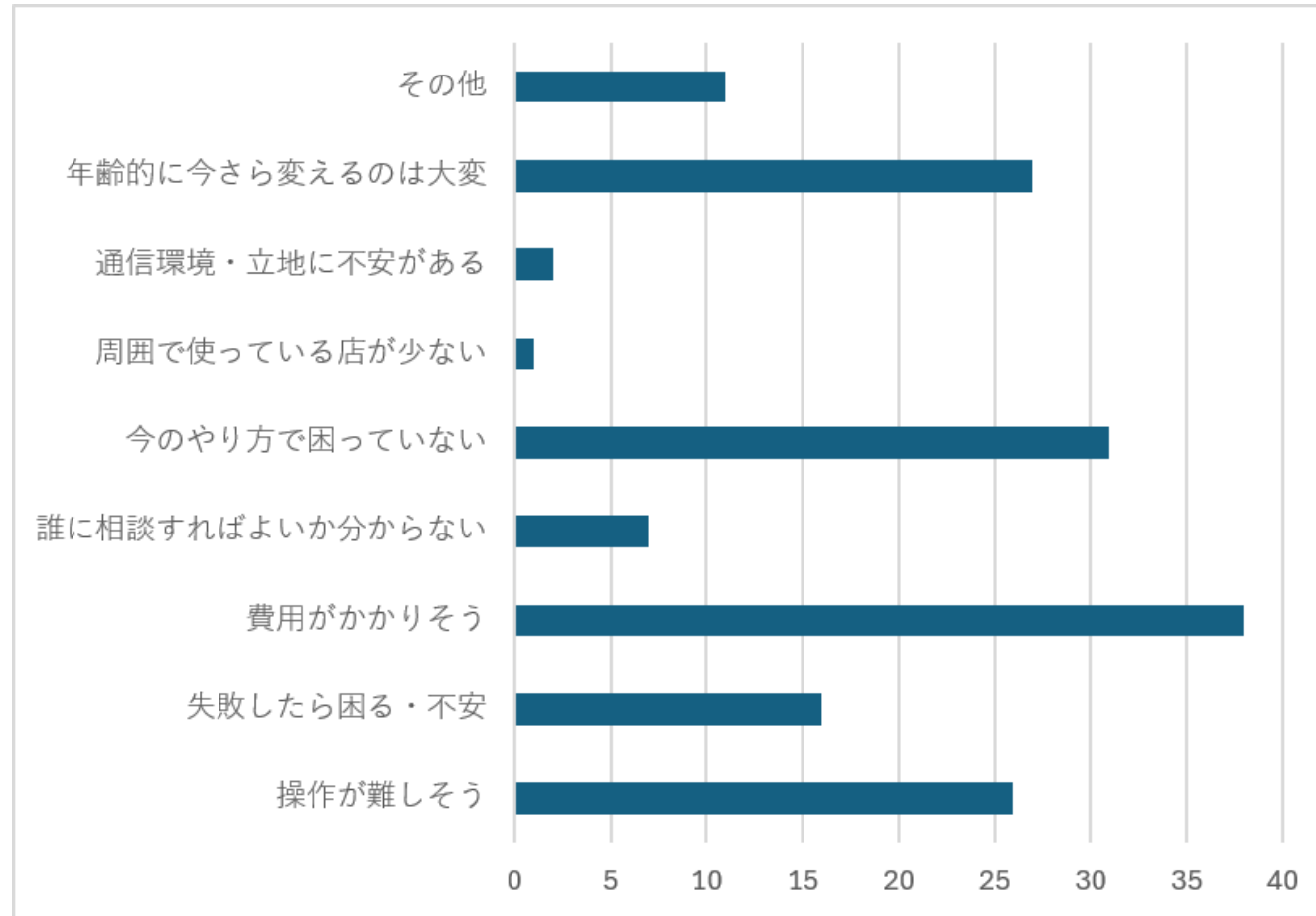


- 仕事に欠かせないものだと思う 53
- 便利だとは思いますが、使いこなせていない 17
- 必要性は感じるが、導入は負担が大きい 10
- 今のやり方で特に困っていない 17
- 正直、できれば使いたくない 3

「仕事に欠かせない」53%、「便利だが使いこなせていない」17%、「必要性は感じるが導入負担大」10% つまり約8割がデジタル自体には前向き・中立です。一方で、「できれば使いたくない」は3%のみ。必要性の理解は進んでいると言えます。導入意欲不足ではなく、“実行障壁”が課題と読めます。

**デジタル否定ではなく
“活用への自信不足”**

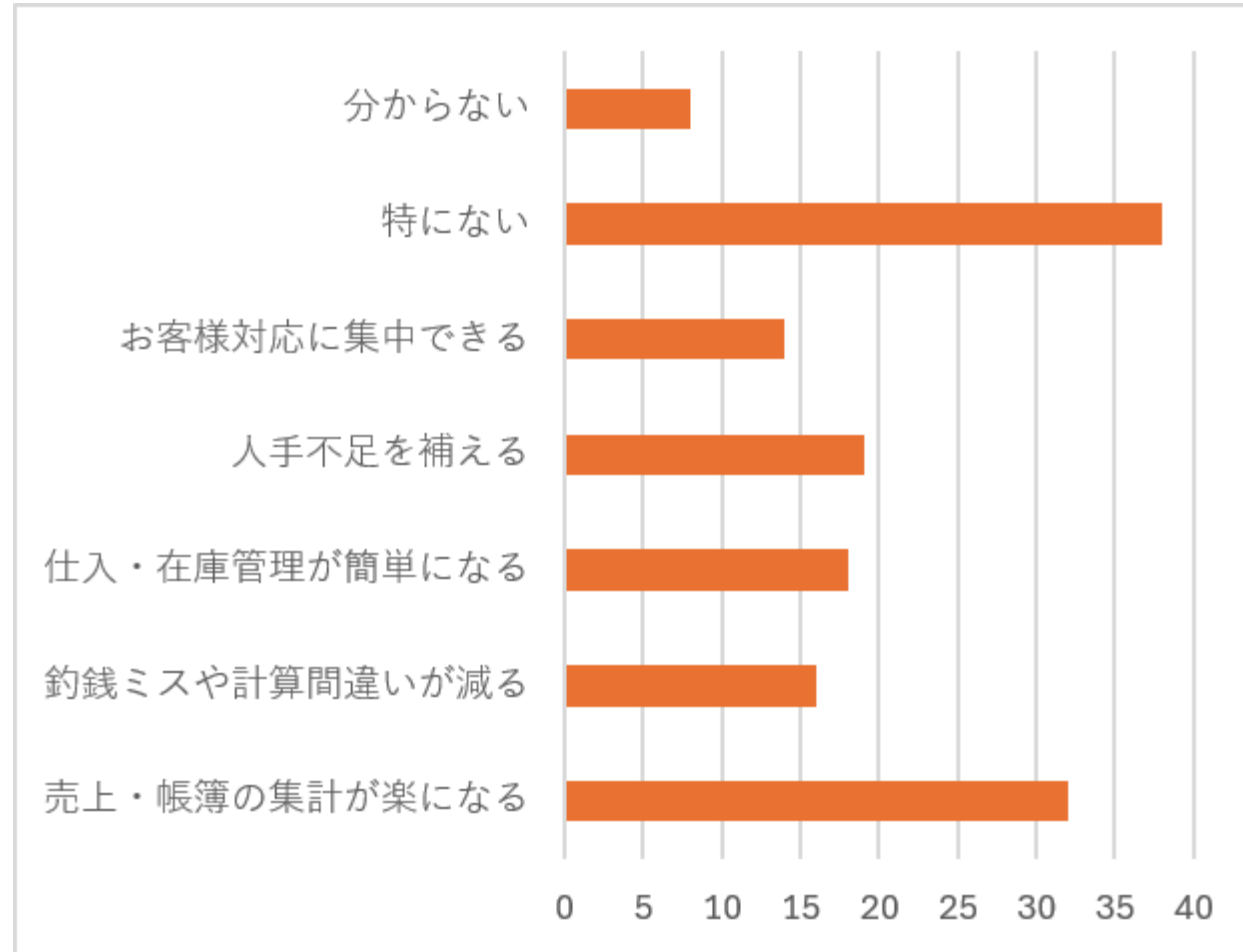
Q4. 更なるデジタル活用に踏み切れない理由



踏み切れない理由は「費用がかかりそう（38）」「今のやり方で困っていない（31）」「年齢的に今さら変えるのは大変（27）」「操作が難しそう（26）」でした。「誰に相談すればよいか分からない（7）」は少ないことから「相談先が存在しない」ではなく、「相談するほど困っていない」という状況が読めます。

**デジタルの具体的な効果を
体感・可視化できていない？**

Q5. 次のうち「できたら助かる」と感じるもの

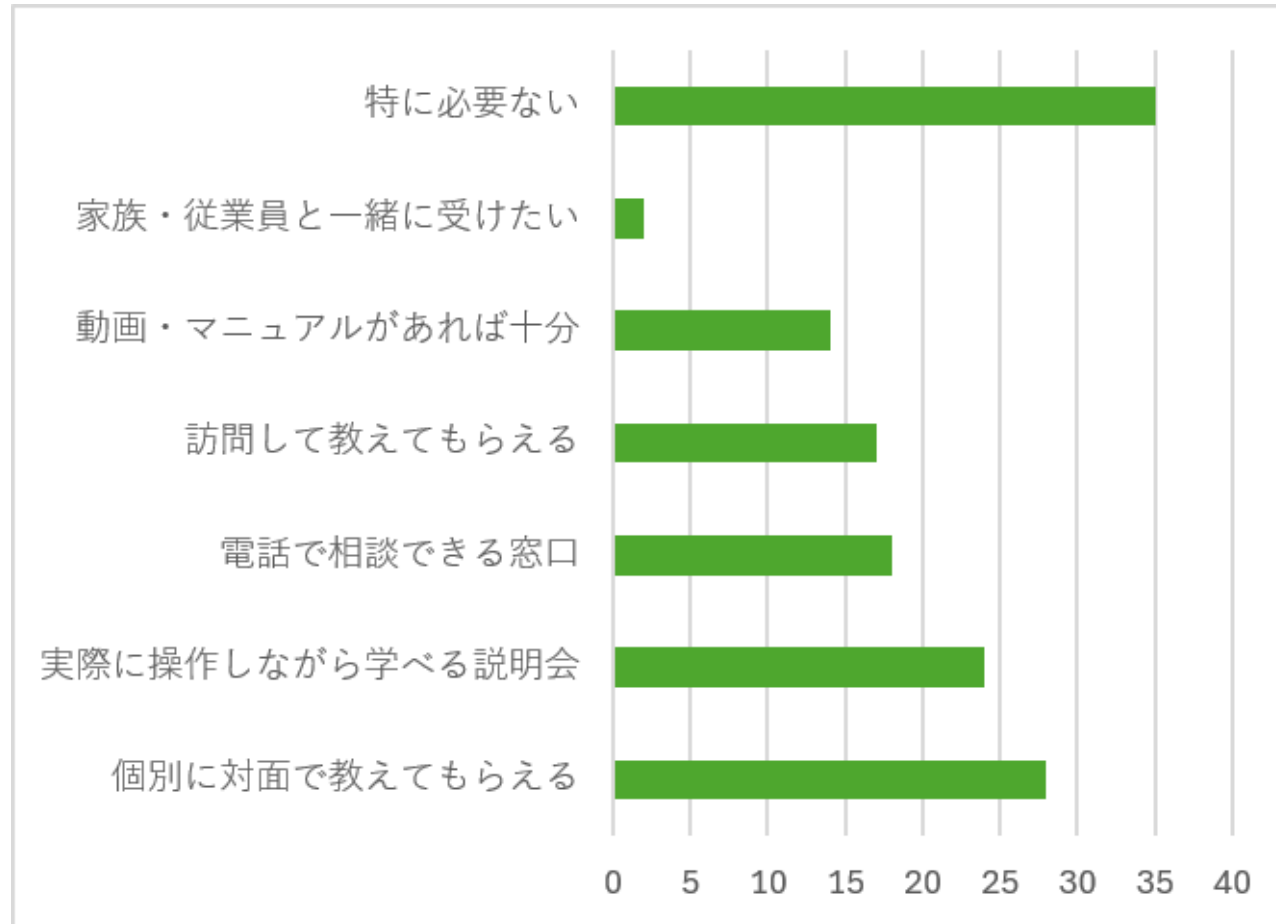


まずは日常業務の負担軽減であることが読み取れます。特に、「売上・帳簿の集計負担軽減」への期待は高く、**バックオフィス業務改善への関心**がうかがえます。

一方、「特にない」とする回答が最多であったことは、現状への満足というよりも、**導入後の具体的な効果を十分イメージできていない**可能性も考えられます。

**「DXの必要性を説明」より
「1時間削減できる」「集計が5分になる」
を実体験してもらう必要あり**

Q6.望まれているデジタル支援

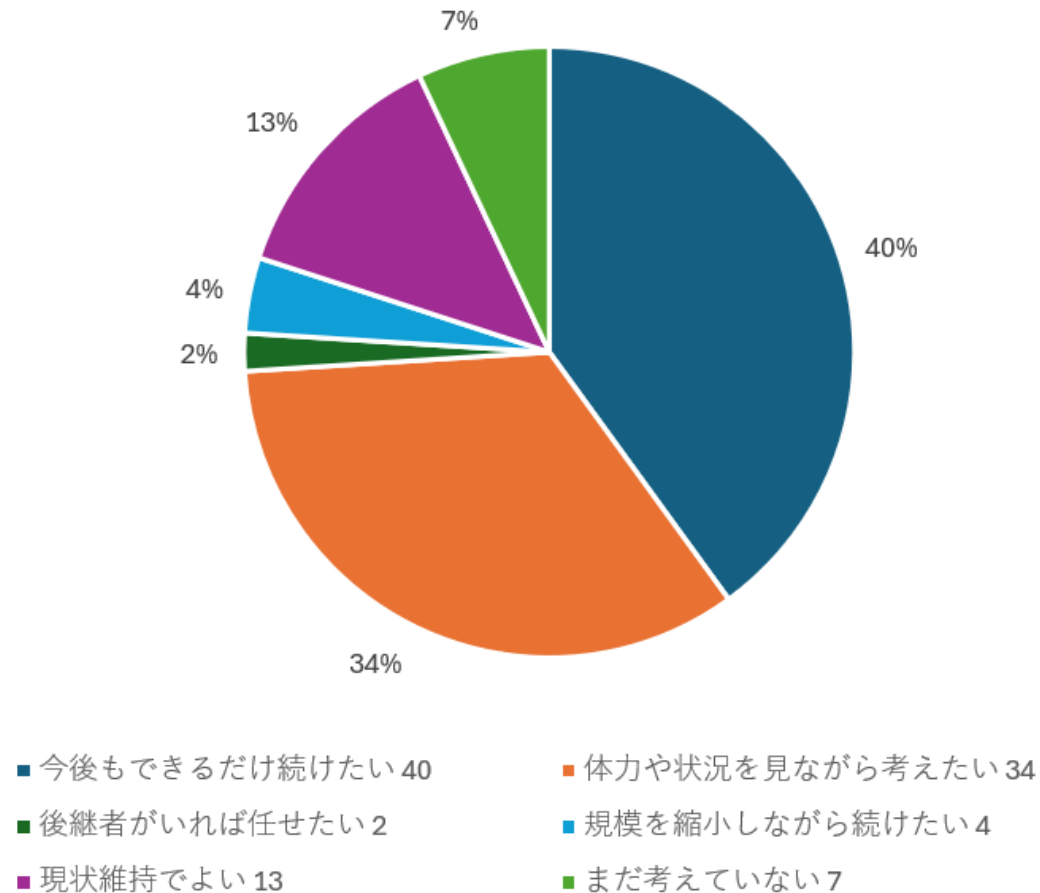


望ましい支援方法では、「個別に対面指導（28）」「操作しながら学ぶ説明会（24）」「訪問支援（17）」が高く、一方で動画・マニュアルのみ（14）は伸びませんでした。

ここから、「情報」より「実行支援」という仮説が立ちます。一回限りの講習会より、継続的な対面・実践型支援の有効性が示唆されます。

操作しながら体感できる支援

Q7. 今後の経営について

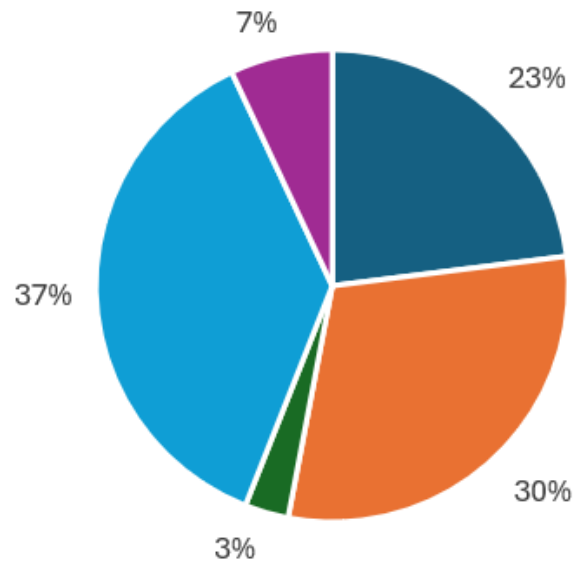


経営意向を見ると、
今後も続けたい（40%）
状況を見ながら（34%）
現状維持（13%）

約9割は撤退志向ではありません。

事業継続意向は高い

Q8. 今後のデジタル活用について



- 今後さらに活用していきたい 23
- 必要性は感じている 30
- 後継者がいれば任せたい 3
- 自分の代では現状維持でよい 37
- 分からない 7

さらに活用したい（23%）

必要性は感じる（30%）

自分の代では現状維持（37%）

となります。

大幅な変革よりも現状維持志向が一定数存在しています。

前の設問結果も踏まえて、「商売は続けたい。でも大きく変えたいわけではない」という保守的な事業継続が見えています。

急激な変革より、小さな成功体験を積み上げる支援が有効

問 〈自由記載〉

Q9. 最近、増えてきたと感じるお客様のご利用変化や、地域の中で新たに求められている貴社の役割があれば教えてください。

Q10. 現在工夫されていることや、これから取り組んでみたいこと、又は困っていることや課題に感じていることがあれば教えてください。

居場所・サロン化・話の傾聴

- ・高齢者が気軽に立ち寄れる店、立ち寄りやすい場づくり。
- ・地域のサロンの役割の必要性。
- ・お客様の話を聞く場所の提供（会話を大切にする、昭和世代との対話）。
- ・椅子やベンチを店内に置きたい。
- ・猫と犬に会いにきて1時間以上話し、何も買わずに帰る方への感じの悪くならない対処法。
話を聞くことが即売上に繋がらないジレンマ。

見守り・地域貢献

- ・高齢者向け対応、配達、コミュニティ作り、見守り。
- ・子供たちの下校時見守り隊の実施、地域清掃へのボランティア参加、地域貢献活動。

移動の足・アクセスの課題（買い物弱者対応）

- ・老齢による車の所有・運転（雪道、タイヤ空気圧など）の不安、足を無くす相談。
- ・来店したいが出来ない高齢者や交通手段のない方への対応。可能なら白タク（送迎）がしたい。

客数・客単価・消費額の減少

- ・顧客の高齢化に伴う消費額の減少、購入間隔の長期化。
 - ・物価高で客単価は上がっても、来店客数減少で売上はダウン。
 - ・新規のお客様が増えにくい、お客様が来ない、当店を必要としない人が増えている。
-

地域の衰退・店舗の減少

- ・店の減少、人口減少の課題。街の底上げが必要。
- ・地元店や職種の減少による買い回り不便さ（取扱品目増加を求められる）。
- ・市で唯一の販売店であるものが多く、店を維持していく責任感。

顧客属性・事業転換の課題

- ・後継者不足に悩む顧客が多い。農業主体の顧客のため、収益が国策に振り回される（農業以外の分野を開拓したい）。

キャッシュレス決済

- ・アプリやキャッシュレス支払（PayPay等）の活用・普及が増加（PayPayキャンペーン時は売上増）。
- ・若い人はPayPay、年配者はまだ現金。
- ・カードが使えてホッとしたと言われた。
- ・カード利用時のトラブルへの迅速な対応、換金手数料の負担増

販促のデジタル化と課題（SNS・チラシ）

- ・人手不足のためデジタル誘導の新聞折込を20回程入れたが全く反応なし。
 - ・SNSを利用した集客、入荷状況の発信。スタッフ全員でコンスタントに発信できるようにしたい。
 - ・SNSをしていないお客様への周知方法の検討。
-

高齢層のデジタル格差（デジタルデバイド）への支援

- ・高齢者がデジタルを利用するのは大変難しい。機器の操作がわからない様子。
- ・スマホ等デジタル機器の活用方法を学べる場、操作や環境作りの支援対応の検討（どこまで対応するか、どう知ってもらうか）。

配達の積極化と周知

- ・来店困難な高齢者のため、配達を積極的にして周知徹底する。
- ・電話1本での配達。気軽に声をかけてとDMに書いているが、実際の依頼は少ない。
- ・お花などの気軽な定期的配達（仏壇の花など）の希望・相談を受けたい。

仕入れ・資材の高騰

- ・マヨネーズの値段が300円から500円に。
- ・包装パックが2割高くなったが、価格転嫁はできそうにない。
- ・雑誌やコミック本も部数減少により倍近く値上がり。

営業効率・働き方

- ・4時過ぎに閉まる店が多い中、4～5時の時間帯での販売チャンス。
 - ・働き方改革で（迅速な修理対応などの）対応が難しくなった。人手不足。
-

外国人客の購買傾向と対応

- ・海外の方がとても多い。
- ・一方で、日本人は断捨離で買い控え、海外の方は「（器は）重い、割れるリスク」で販売に繋がりにくい。
- ・簡単な英会話に親しむ必要性。

その他（現状維持・相談）

- ・特に工夫する必要はなく、来店客も少ない。
- ・何があるだろうか？第三者からみて反対にアドバイスを聞きたい。

自由記載 ご意見の概要 と分析



1. 高齢化への対応と地域のコミュニティ化 （見守り・居場所・移動）

居場所・サロン化・ 話の傾聴

高齢者が気軽に立ち
寄れる店づくり、お
客様の話を聞く場所
提供

見守り・地域貢献

子供たちの下校時見
守り、地域清掃ボラ
ンティア参加

移動の足・アクセスの 課題 （買い物弱者対応）

老齢による運転相談、
交通手段がない高齢
者の対応が課題

最も意見が多く、単なる「店舗」ではなく、地域のインフラや福祉的な役割
（サロン・見守り・会話の場）を期待・実践されている状況が伺えます。

2. 顧客減少・売上低迷と店舗の持続可能性

客数・客単価・ 消費額の減少

購入間隔の長期化、
客単価が上がっても
来店客減少、新規の
お客様が増えにくい

地域の衰退・ 店舗の減少

街の底上げが必要、地
元店や職種の減少によ
る不便化、店を維持し
ていく責任

顧客属性・ 事業転換の課題

後継者不足、他分野
の開拓を希望、国策
に振り回される

人口減少や購買行動の変化、競合などの影響で、これまでのビジネスモデルの維持に危機感を持たれています。

3. デジタル化・キャッシュレスへの対応と格差

キャッシュレス 決済

PayPayの活用が増加、年配者はまだ現金、利用時のトラブルへの迅速な対応、換金手数料の負担増

販促の デジタル化と課題

デジタル誘導したが反応なし、SNSを利用した集客等がしたい、SNSをしていない人への周知方法が課題

高齢層の デジタル格差

高齢者のデジタル利用は大変難しい、危機の操作がわからない、学べる場の検討が必要

新しいテクノロジー への期待

ChatGPTの利用
ChatGPTの講習会への期待、何をデジタル化すればよいか分からない

キャッシュレスやSNSなどの必要性を感じつつも、高齢層の対応やノウハウ不足に悩む声が多く見られます。

4. 配送・配達サービスの 現状と課題

配達の積極化と 周知

来店困難者に配送を積極的に周知している、配達の声かけをDMに書いても実際の依頼は少ない

来店できない顧客へのアプローチとして「配達」がキーワードになっていますが、空回りしている現状もあります。

5. 物価高騰・コスト上昇と 営業環境の変化

仕入れ。資材の 高騰

原材料が倍に、包装パックが2割高くなった、価格転嫁できそうにない

営業効率 働き方

4時に閉まる店が多い中、その時が販売チャンス、働き方改革で対応困難、人手不足

原材料費や消耗品の値上がりが利益を圧迫しているリアルな数字が並びます。

6. インバウンド （外国人観光客・客層の変化）

外国人客の 購買傾向と対応

海外の方が多い。
海外の方は「（器は）重い、割れる
リスク」で販売に繋がりにくい、
簡単な英会話に親しむ必要あり

地域によっては海外からの顧客対
応という新しい課題やチャンスが
生まれています。

総評として

「売上向上」よりも
先に、**高齢化対応と
地域機能維持が経営
テーマになっている**