

【テーマ別分析 3-1】売上拡大に向けた取組

- 小規模事業者の業績は伸び悩み、新規販路開拓や人材の確保が課題となっている。
- 売上拡大に向けた取組（新市場開拓、新商品開発、多角化、事業転換等）の実施に当たり、PR活動に併せてニーズの把握や自社の強みの把握に取り組む事業者は高い効果を感じているが、その際、人材不足が課題。

図1 最近、重要になったと感じる経営課題

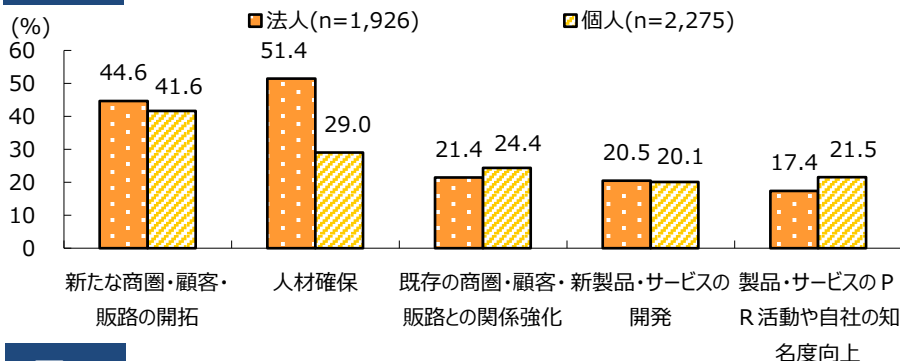


図2 「売上拡大に向けた取組」と売上動向との関係

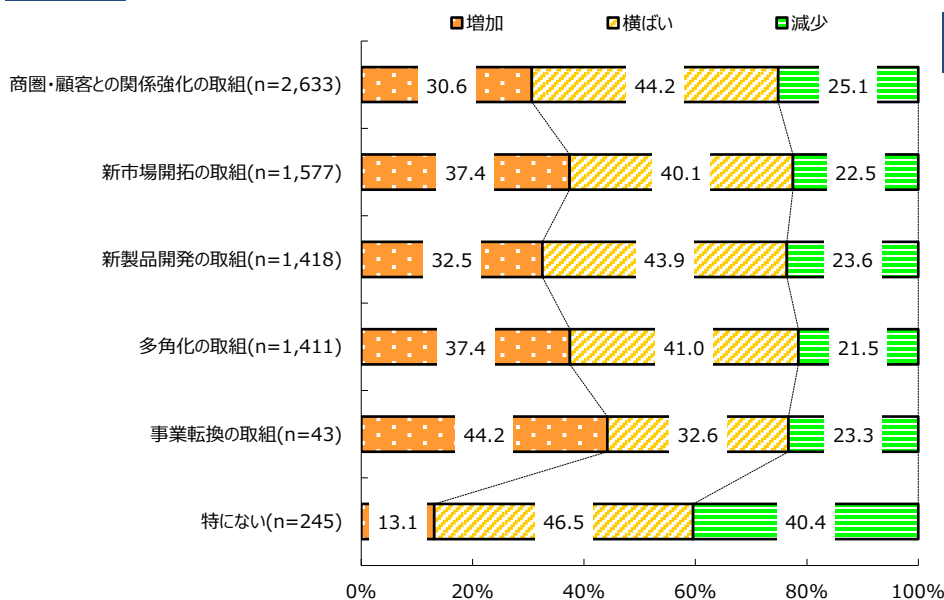


図3 マーケティング活動の実施状況別に見た、「売上拡大に向けた取組」の効果

小規模企業が「売上拡大に向けた取組」を実行するに当たり、PR活動に併せたニーズや自社の強みの把握のメリットは大きい。

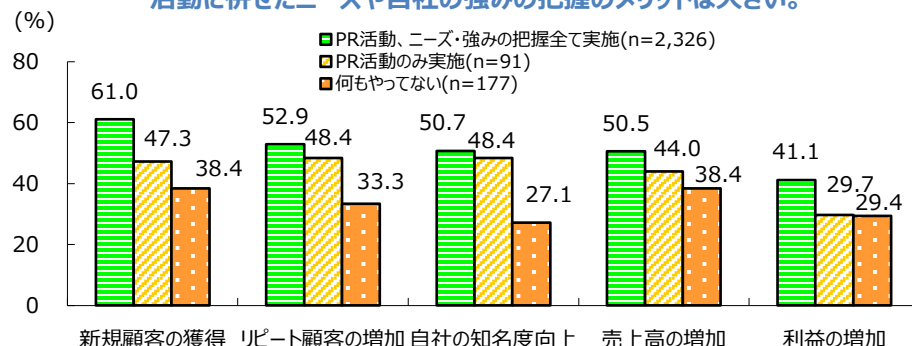


図4 PR活動における課題

PR活動に当たっては、コスト負担、人材不足が課題。

