

大 和 市 内  
經 濟 動 向  
調 查 報 告 書  
(冬版)

令和3年度  
大和商工会議所



## 【目 次】

I	調査概要	
1.	調査概要	1
2.	報告書作成目的	1
3.	調査の方法及び回収数	1
4.	本報告書の見方について	1
II	回答者の属性	
1.	回答者の属性	2
(1)	代表者年齢	2
(2)	業種	2
(3)	従業員数	3
(4)	消費税等の課税方式	3
III	調査の結果	
1.	景況感	4
(1)	景況感	4
(2)	景況感（業種別）	5
(3)	景況感の全国比較	8
2.	経営上の問題点／課題（上位5つまで）	15
(1)	経営上の問題点／課題	15
3.	新型コロナウイルス感染症の経営への影響について	16
(1)	新型コロナウイルス感染症の経営への影響について	16
(2)	2021年12月の売上高は、前年同期（2020年12月）を「100」とすると、どの程度であったか	17
(3)	2021年12月の売上高は、コロナ禍前の前々年同期（2019年12月）を「100」とすると、どの程度であったか	17
4.	人口減少への転換について	18
(1)	今後の人口減少が経営全般に与える影響	18
(2)	人口減少局面に対する考え	19
5.	インボイス制度について	20
(1)	インボイス制度の認知度	20
(2)	適格請求書発行事業者になるための登録申請書の提出状況	21
(3)	インボイス制度導入後、免税事業者と取引を行うか	21
6.	IT技術の利活用について	22
(1)	「デジタル化」の取組状況	22
(2)	デジタル化についてのこれまでの取組と今後の取組予定	23
(ア)	これまで取り組んできたデジタル化の有無	23
(イ)	今後取り組みたいと考えるデジタル化の有無	25

(3) 特に効果が大きかったデジタル化の取組.....	26
7. 大和商工会議所の活動 .....	28
(1) 参加したいセミナー（複数回答可） .....	28
(2) その他、商工会議所にご要望等 .....	29
8. 総括.....	30
(1) 景況感は全体として改善傾向 .....	30
(2) 約半数が「人材・人員確保」を課題に.....	31
(3) 新型コロナウイルス感染症の影響が約半数の事業者で継続 .....	31
(4) 約3分の1の事業者が「人口減少」を重要な経営課題と認識 .....	32
(5) 約7割の事業者が「インボイス制度」について理解不足 .....	32
(6) 約7割の事業者が「デジタル化」の強化を検討.....	33
<b>IV 参考資料</b>	
1. 集計表.....	34
2. アンケート用紙.....	40

# I 調査概要

## 1. 調査概要

平成26年6月に商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号。以下「小規模支援法」という。)の一部が改正された。本改正により、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会及び商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成、およびその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつながる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会及び商工会議所が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を、経済産業大臣が認定する仕組みが導入された(中小企業庁ホームページより引用)。

大和商工会議所は、令和3年3月大和市と共同作成し、経済産業大臣による経営発達支援計画の認定を受けており、本計画に基づき、管内小規模事業者の持続的発展を支援するために、事業者の実態をしっかりと把握し、個々の事業者の業績向上につながる支援を行うことが求められている。

## 2. 報告書作成目的

大和市の地域経済を支える小規模事業者は、需要の低下、売上の減少、経営者の高齢化による事業承継等の問題に直面し、経営を持続的に行うための経営課題の解決が必要となっている。また、新型コロナウイルス感染症が、管内の事業者の経営に大きな影響を与えている。

そこで、大和市の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を行う。収集した情報は、事業者を提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てる。

## 3. 調査の方法及び回収数

調査時期	令和3年12月6日～令和4年1月11日
調査対象	管内中小企業
調査方法	郵送配布－郵送回収(紙アンケート)
配布数	1,156票
回収数	110票
有効回収率	9.5%

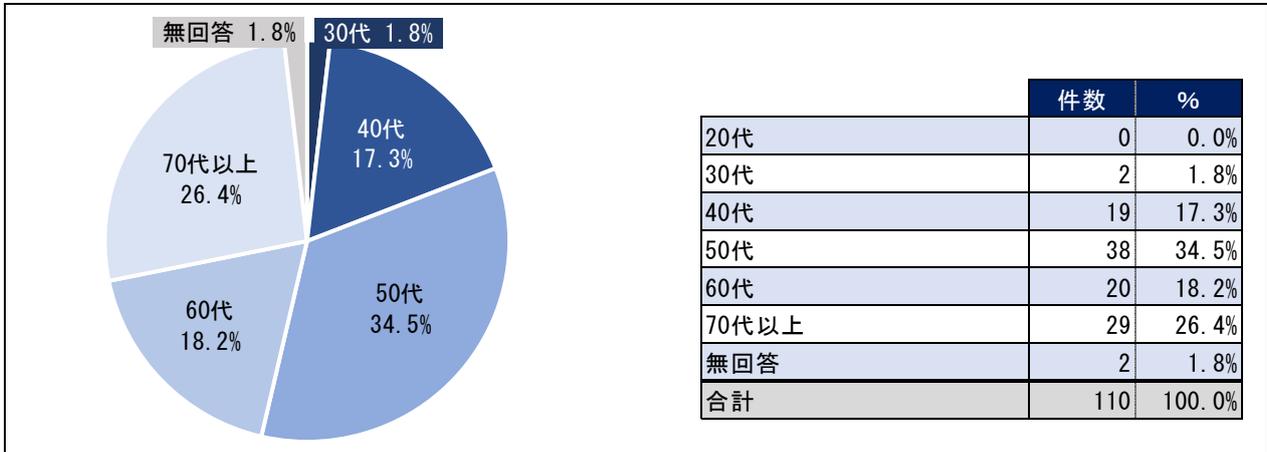
## 4. 本報告書の見方について

- (1) 比率はすべて百分率(%)で表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出した。したがって合計が100%を上下する場合がある。
- (2) 基数となるべき実数(回収者数)は、“全体(n=〇〇)”として掲載し、各比率は回答者数を100.0%として算出した。なお、「n」はnumber of caseの略であり、設問の回答者数を示す。
- (3) 1人の回答者が2つ以上の回答を出してもよい設問では、各回答の合計比率が100.0%を超える場合がある。
- (4) 本文や図表中の選択肢表記は、語句を短縮・簡略化している場合がある。
- (5) 「」は1つの選択肢を、『』は複数の選択肢を合わせた表現を示している。
- (6) 各設問の分析では、「無回答」を除いて割合を算出しているため、全体数が異なる場合がある。

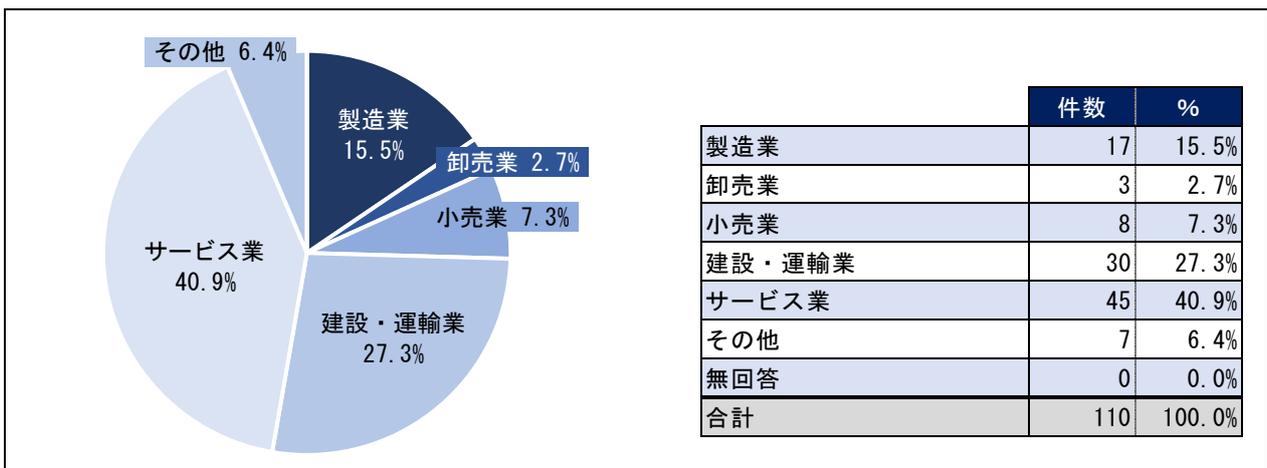
## Ⅱ 回答者の属性

### 1. 回答者の属性

#### (1) 代表者年齢

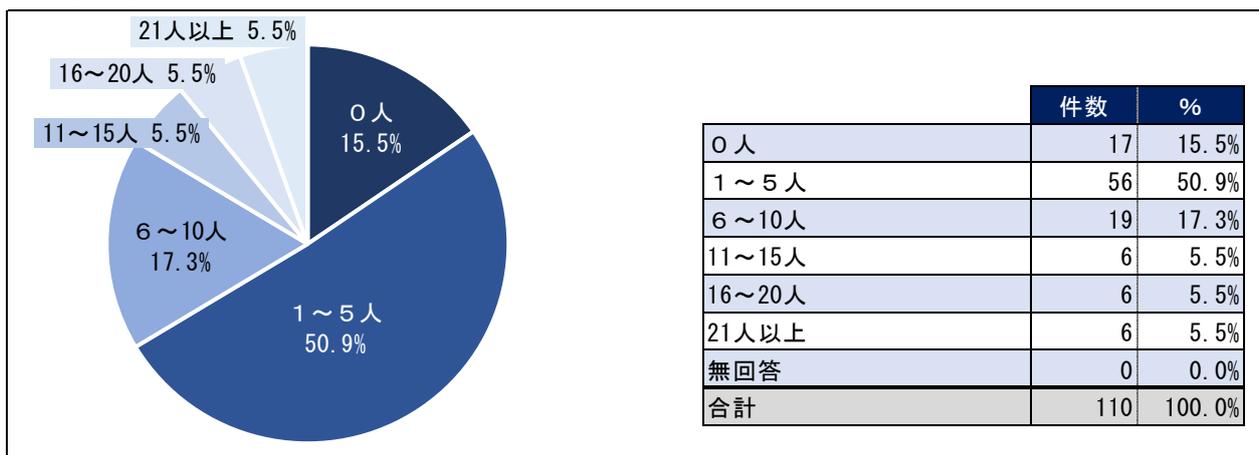


#### (2) 業種



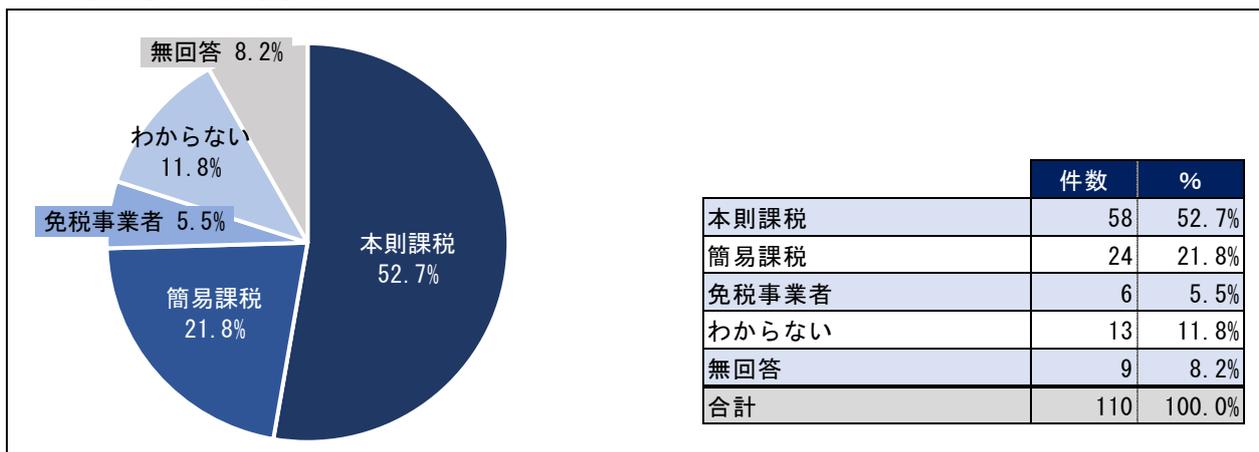
その他の回答：教育、療術業

### (3) 従業員数



- ・ 小規模事業者数 93 事業者（小規模事業者割合 84.5%）
- ・ 従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 13 事業者
- ・ 業種又は従業員数が不明で小規模事業者に該当しない事業者 4 事業者

### (4) 消費税等の課税方式



### Ⅲ 調査の結果

#### 1. 景況感

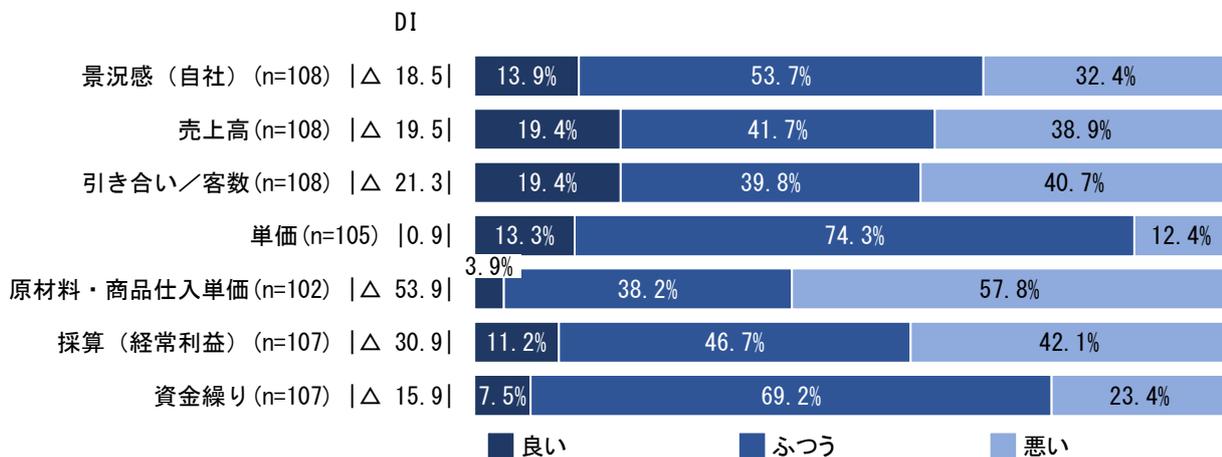
##### (1) 景況感

はじめに、大和市の事業者の景況感を分析する。分析においては、DIを使用する。DIとは、ディフュージョン・インデックス (Diffusion Index) の略であり、各調査項目についての好転割合から悪化割合を差引いた値 (景気動向指数) である。

結果をみると、景況感DIが△18.5ポイントとマイナス値になっている。景況感が「悪化」していると感じている事業者が多いことがわかる。

また、売上高DIが△19.5ポイント、原材料・商品仕入単価DIが△53.9ポイントといずれもマイナス値となっており、この結果、採算 (経常利益) DIは△30.9ポイントとマイナス値となっている。

新型コロナウイルス感染症拡大のなかで、売上高が減少し、さらに原材料・商品仕入単価が上昇しているため多くの事業者が利益を確保できていない状況が読み取れる。



次に、従業員 (含臨時・パート) をみると、69.3%が適正と回答。多くの事業者が適正人員を確保できている。また、設備も90.3%が適正と回答している。



※各回答項目を以下のとおり、「良い」「ふつう」「悪い」と置き直してグラフを作成している。

景況感 (自社)	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
売上高	: 増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
引き合い/客数	: 増加→良い、不変 →ふつう、減少→悪い
単価	: 上昇→良い、不変 →ふつう、低下→悪い
原材料・商品仕入単価	: 低下→良い、不変 →ふつう、上昇→悪い
採算 (経常利益)	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い
資金繰り	: 好転→良い、不変 →ふつう、悪化→悪い

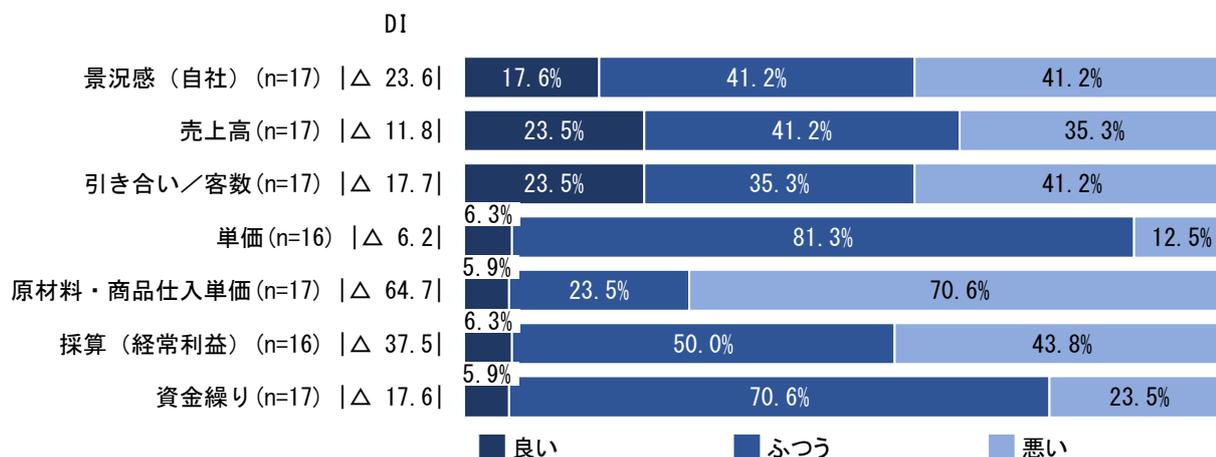
## (2) 景況感（業種別）

### ①製造業（前年同期比）

景況感 DI は△23.6 ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高 DI は△11.8 ポイントとマイナス値であり、この要因として、特に引き合い／客数の影響が大きい。また、原材料・商品仕入単価 DI が△64.7 ポイントと、商品の仕入価格が上昇している状況である。

この結果、採算（経常利益）DI は△37.5 ポイントとマイナス値になっている。

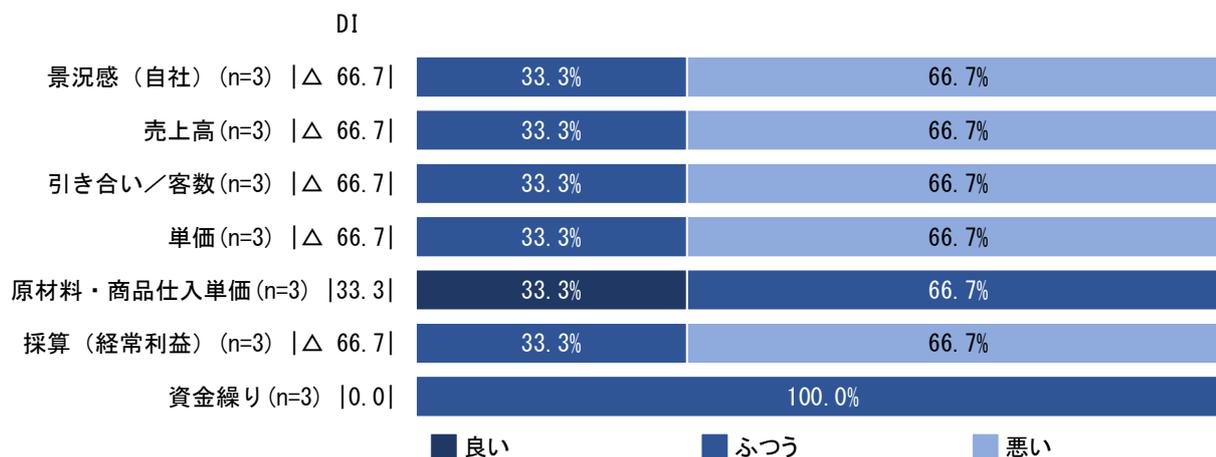


### ②卸売業（前年同期比）

景況感 DI は△66.7 ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高 DI は△66.7 ポイント、材料・商品仕入単価 DI は 33.3 ポイント、採算（経常利益）DI は△66.7 ポイントとなっている。

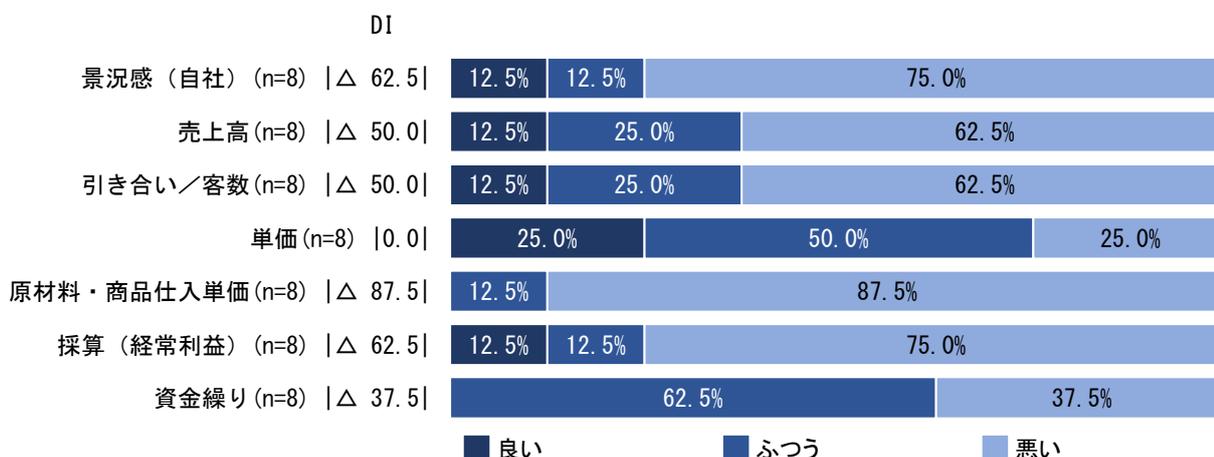
※回答数が3件のため、参考資料とする。



### ③小売業（前年同期比）

景況感 DI は△62.5 ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高 DI は△50.0 ポイントとマイナス値であり、この要因として、特に引き合い／客数の影響が大きい。また、原材料・商品仕入単価 DI が△87.5 ポイントと、商品の仕入価格が上昇している状況である。この結果、採算（経常利益）DI は△62.5 ポイントとマイナス値になっている。

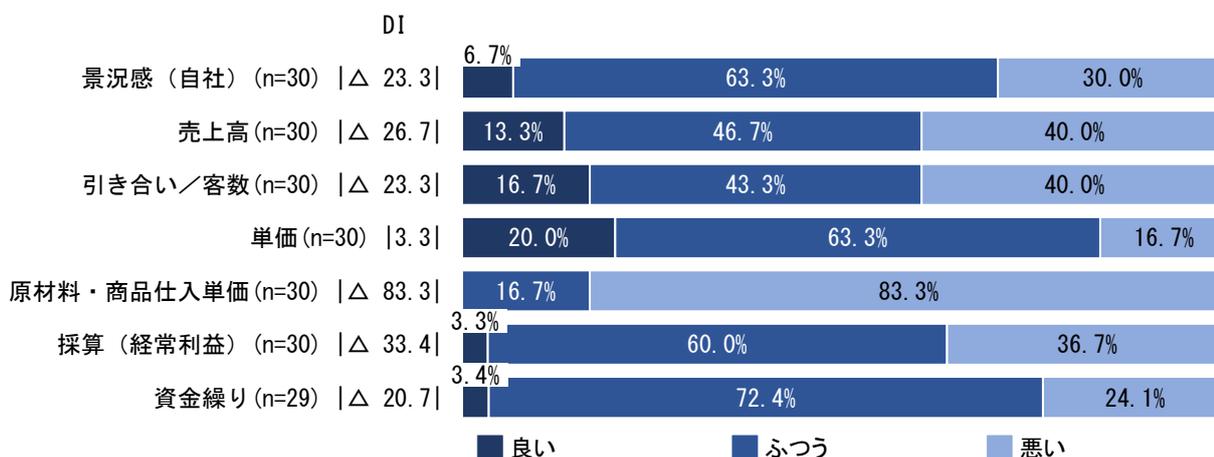


### ④建設・運輸業（前年同期比）

景況感 DI は△23.3 ポイントであり、経営環境が「悪化」していると感じている割合が高い。

売上高 DI は△26.7 ポイントとマイナス値であり、売上が減少した事業者の割合が高い。また、原材料・商品仕入単価 DI が△83.3 ポイントと、原材料等の仕入価格が上昇している状況である。

この結果、採算（経常利益）DI は△33.4 ポイントとマイナス値になっている。

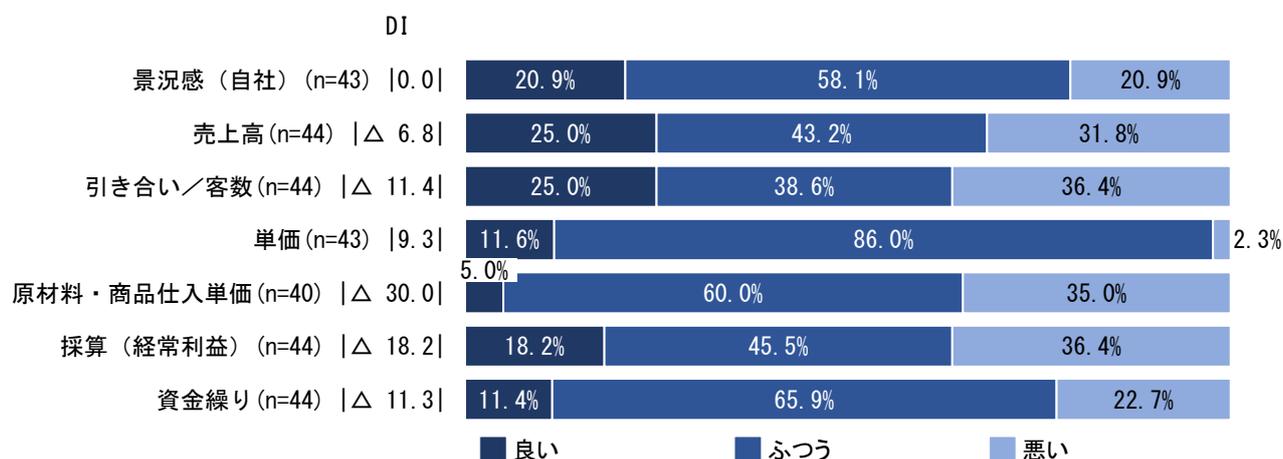


### ⑤サービス業（前年同期比）

景況感 DI は 0.0 ポイントであり、経営環境が「好転」していると感じている事業者と、「悪化」していると感じている事業者が同数となっている。

売上高 DI は△6.8 ポイントとマイナス値であり、この要因として、特に引き合い／客数の影響が大きい。

この結果、採算（経常利益）DI は△18.2 ポイントとマイナス値になっている。



### (3) 景況感の全国比較

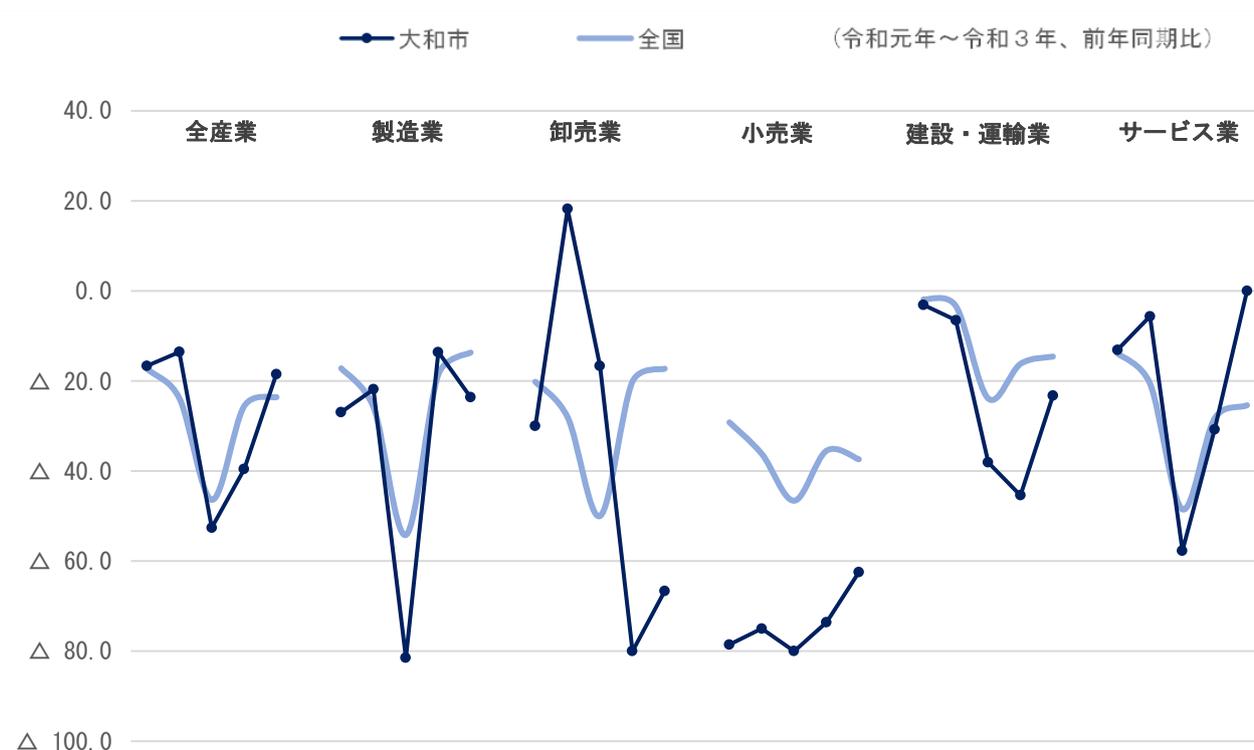
#### ①景況感 DI

##### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の DI は、前期△39.6 から△18.5（前期差 21.1 ポイント増）と好転した。

業種別にみると、卸売業で△66.7（前期差 13.3 ポイント増）、小売業で△62.5（前期差 11.1 ポイント増）、建設・運輸業で△23.3（前期差 22.1 ポイント増）、サービス業で 0.0（前期差 30.8 ポイント増）と好転。一方、製造業で△23.6（前期差 10.0 ポイント減）と悪化した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、サービス業は全国値を上回り、製造業、卸売業、小売業、建設・運輸業は下回っている。



※全国値は、中小企業庁『中小企業景況調査報告書』より引用。なお、中小企業景況調査は四半期ごとに調査しているのに対し、大和市のアンケートは半期ごとの調査であるため、正確な比較はできない点に留意が必要である。

※令和2年夏は、大和商工会議所で調査を行っていないため比較を行っていない。

※建設・運輸業の全国値は、「建設業」の数値を採用している。

##### イ) 業種別数値表

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
令和元年夏	△ 16.7	-	△ 26.9	-	△ 30.0	-	△ 78.6	-	△ 3.1	-	△ 13.1	-
令和元年冬	△ 13.6	↑	△ 21.9	↑	18.2	↑	△ 75.0	↑	△ 6.5	↓	△ 5.7	↑
令和2年冬	△ 52.6	↓	△ 81.5	↓	△ 16.7	↓	△ 80.0	↓	△ 38.1	↓	△ 57.7	↓
令和3年夏	△ 39.6	↑	△ 13.6	↑	△ 80.0	↓	△ 73.6	↑	△ 45.4	↓	△ 30.8	↑
令和3年冬	△ 18.5	↑	△ 23.6	↓	△ 66.7	↑	△ 62.5	↑	△ 23.3	↑	0.0	↑

## ウ) 産業別の特徴的なトピックス

景況感の判断の背景にある、特徴的なトピックスは以下のとおりである。

好転	
製造業	消耗品の在庫調整が終わり、受注が増えており、なくなった商品もある。新規テーマの引き合いは増えている
製造業	本業の装置の受注が増加している
小売業	新車及び中古車双方とも受注が増えている
建設業	資材価格が上昇している
建設業	公共工事の受注が増えている上に新規の民間大型受注があった。ただ、原材料費が15~20%増となってきたため、今後採算が心配
飲食サービス業	昨年はコロナで弁当配達のための営業でランチ、夜の営業もやっていなかったけれど、今年は営業できている。仕入れ材料原価代が高騰している。コロナで飲食店に先が見えない。他の事業と合わせてやりたい
情報通信業	新人エンジニアの業務が中々見つからない。決まらない
情報通信業	既存顧客からの受託が増えている
専門・技術サービス業	新規顧客が増加している
その他サービス業	受注単価は変わらず、数量は減少している。材料等の仕入れ単価が上昇している
その他サービス業	学校がコロナから日常を取り戻していることの影響が大きい

不変	
製造業	半導体をはじめとする電子部材、部品が調達できず多量の注残を抱える状況にある
製造業	受注はありますが、部品の購入に遅れがあり、納期遅れが発生。売上に影響があります
卸売業	昨年末より今年の5~6月頃までオーダーが入るも欠品が続いていた(海外からの荷物)。夏頃より改善しつつあるも、単価などは落ちている
小売業	飲食店が再開して少し需要があった。ただ好転したとまでは言えない
建設業	材料が不足している
建設業	2019年~2020年度で売上減、少し横ばいが続いています。受注金額が下がり材料費の上昇があるため今後は厳しいかと
建設業	昨年よりは見積もり受注はやや良くなってきましたが、コロナ禍の影響が依然として多く、工程通りに進まないため、人件費その他の経費が異常にかかっています。その上、原材料商品の仕入れが上昇しており、積算面では合っていない状況かと思われます
建設業	コロナ禍で実際にはじわじわと影響が出てきています
建設業	昨年より増加したとはいえ安定受注とは言えない。材料の価格上昇や商品納期の遅延は続いている

不変	
建設業	お声をいただくことは増えているが、その分社内のことが手薄になってしまったり社長だけが動いて効率化が出来ていなかったりするため、進みが悪い。しかし、人材を増やす資金力も乏しく八方塞がりです
建設業	原材料価格の高騰。設備機器の不足
建設業	ケーブル・電線管材料価格が上昇しています
不動産業・生活関連サービス業	土地の地価が上昇しすぎていて、零細企業では手が出せないレベルに達している感じを受けております
不動産業・生活関連サービス業	管理物件の稼働状況に変化はないが、新規の案件が目減りしている感覚がある
不動産業・生活関連サービス業	受注住宅用の土地をお探しのお客が増えている
不動産業・生活関連サービス業	集客方法の変更をしないとお客様が減少している
不動産業・生活関連サービス業	コロナの影響がまったくないとは言えないが、業況は概ね著変なく推移している
不動産業・生活関連サービス業	支払いの遅れが多少増えた（家賃等）
不動産業・生活関連サービス業	経費削減、無駄使いを減らし入所者のニーズに応じているから。リフォームなど（入居中でも）
専門・技術サービス業	売上高、客数など昨年と変わらない
専門・技術サービス業	業務として研修などを行っているのですが、延期や中止が繰り返されている（コロナの影響で）
専門・技術サービス業	顧客の廃業が増加している
専門・技術サービス業	仕入れ部品の殆どが輸入品であるため、価格が上昇している。高騰したコストは販売価格に転嫁できている。しかし価格が上がったため、購入をやめる客もいます
その他サービス業	感覚としてはあまり変わった感じはない
その他サービス業	各企業の宣言広告費が減少している
その他サービス業	昨年同様の売上のため、新規顧客の開拓が急務
その他の業種	集客が難しい

悪化	
製造業	鋼材の価格が1年前より1.6倍高騰している
製造業	コロナ禍により顧客が外出しないことで、販売数が激減している。また市場の変化がコロナ禍以前より起きているので、流通ルートに頼れずイベント参加をメインにした売り込みを行った。経過変化を見守りつつ、商品ジャンルを少し変更し新商品制作に切り替え中です
製造業	魚類の減少、高騰で鮮魚市場への流通が少なく鮮魚店への客数も減っています（コロナで年配の来店が少ないとのこと）。この状況が今後も続くと先が見えなく、閉店が増えてくるので心配しています
製造業	新たな変異株含め、長引くコロナウイルスへの不安から回復の兆しが見

悪化	
	えず、暗中模索の状態が続いています
製造業	部品不足による出荷遅れ（部品が入らない）
製造業	半導体の納期が非常に長期化している
製造業	受注が減少しています
卸売業	お客様からの注文が少なくなっている
小売業	鋼材の値上がり（仕入高）
小売業	顧客減少。受注減少。仕入れ価格及び売上価格高騰
小売業	コロナの影響が継続
小売業	海外からの仕入れ商品と物流コストの増加に加え円安の影響により商品単価が上がったのと売上の減少により景況感は良くない
建設業	民間の個人のお客様からの受注が増えている。仕入れ材料の価格が高騰している
建設業	鋼管材の高騰
建設業	取引企業からの受注が減少
建設業	新規受注減少
建設業	動きが悪い
建設業	施工物件の減少
建設業	仕入れ単価の高騰。引き合いの減少
飲食サービス業	肉の仕入れ価格が特に高騰している
不動産業・生活関連サービス業	流通が少し悪くなっている
専門・技術サービス業	新規顧客が減少、古顧客の利用回数が減少、単価が低い
専門・技術サービス業	コロナの影響か件数が減るばかり。新規もなし
その他サービス業	デルタ株が蔓延した8月以降、明らかにお客様の数が減少しました
その他サービス業	コロナでイベント関係がまったくない
その他の業種	制御盤に使用する電気部品の一部が不足。納期不明商品が多くなり売上減少

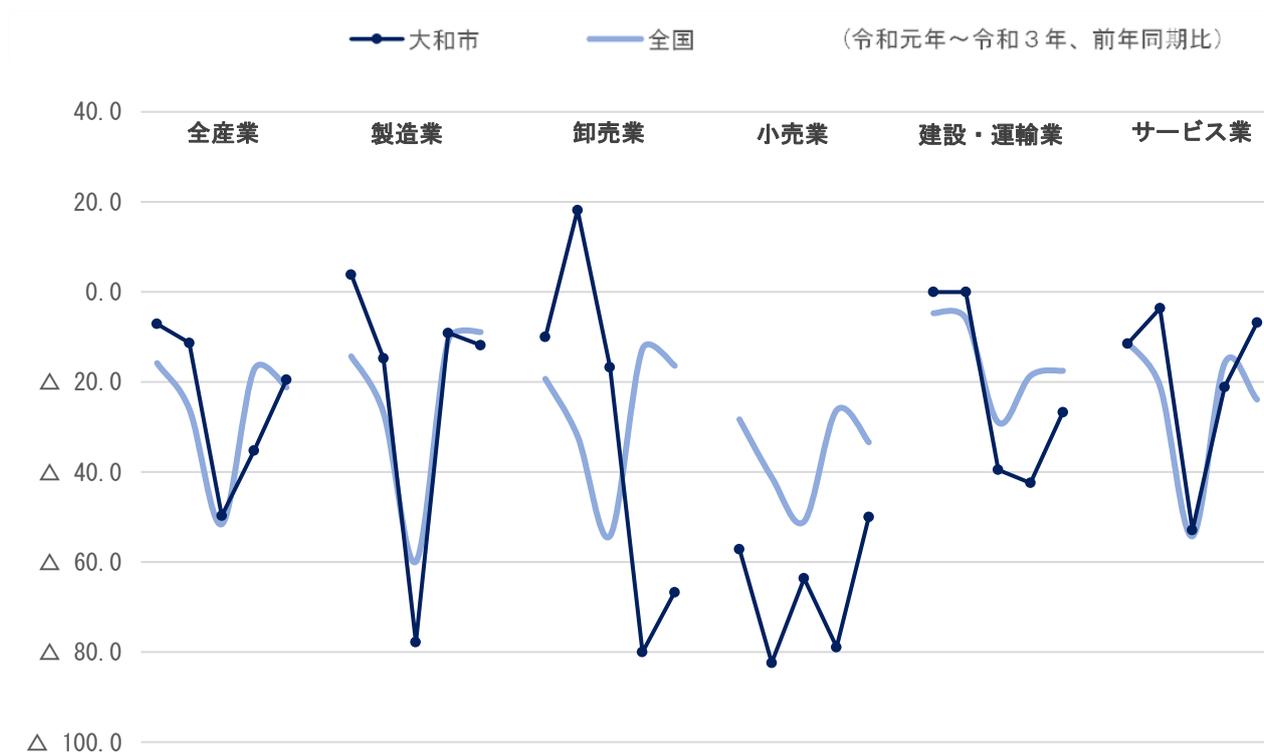
## ②売上高DI

### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業のDIは、前期△35.2から△19.5（前期差15.7ポイント増）と好転した。

業種別にみると、卸売業で△66.7（前期差13.3ポイント増）、小売業で△50.0（前期差28.9ポイント増）、建設・運輸業で△26.7（前期差15.7ポイント増）、サービス業で△6.8（前期差14.3ポイント増）と好転。一方、製造業で△11.8（前期差2.7ポイント減）と悪化した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、サービス業は全国値を上回り、製造業、卸売業、小売業、建設・運輸業は下回っている。



### イ) 業種別数値表（経年）

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
令和元年夏	△ 7.1	-	3.8	-	△ 10.0	-	△ 57.1	-	0.0	-	△ 11.5	-
令和元年冬	△ 11.3	↓	△ 14.7	↓	18.2	↑	△ 82.4	↓	0.0	→	△ 3.6	↑
令和2年冬	△ 49.7	↓	△ 77.8	↓	△ 16.7	↓	△ 63.6	↑	△ 39.5	↓	△ 52.9	↓
令和3年夏	△ 35.2	↑	△ 9.1	↑	△ 80.0	↓	△ 78.9	↓	△ 42.4	↓	△ 21.1	↑
令和3年冬	△ 19.5	↑	△ 11.8	↓	△ 66.7	↑	△ 50.0	↑	△ 26.7	↑	△ 6.8	↑

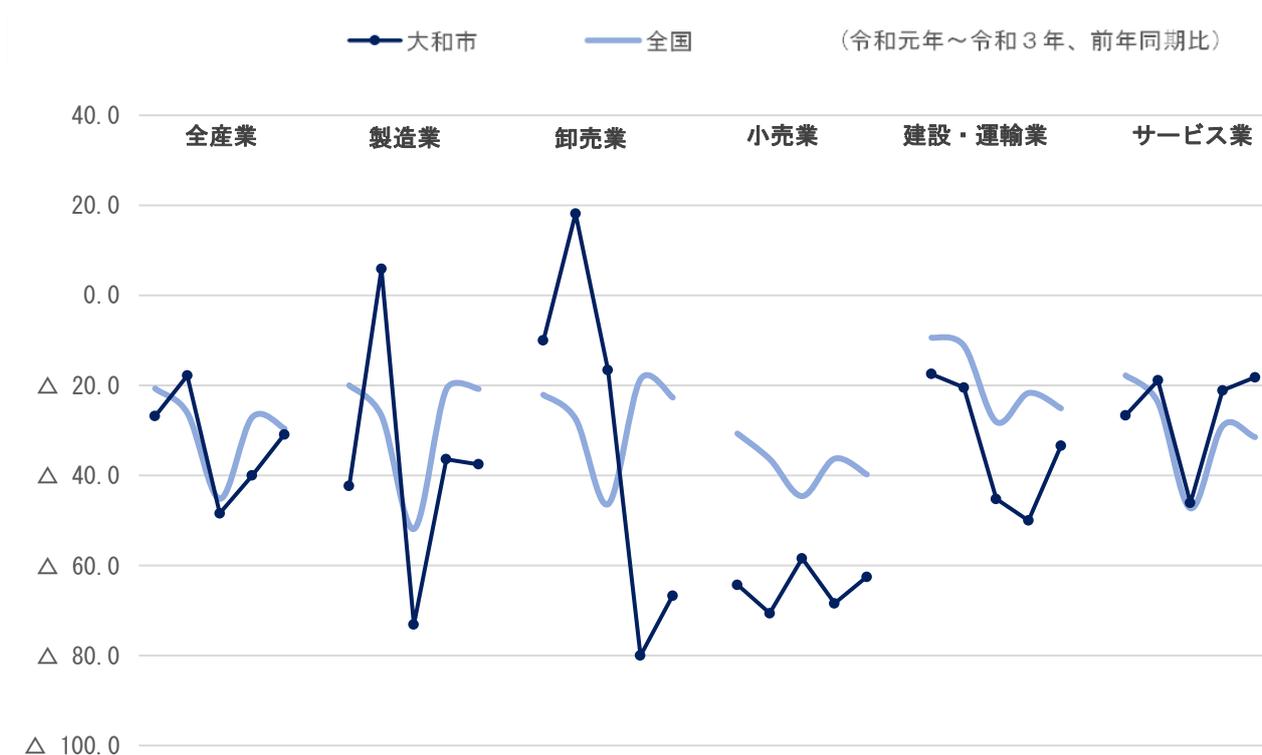
### ③採算（経常利益）DI

#### ア）業種別の推移・全国比較

全産業のDIは、前期△40.0から△30.9（前期差9.1ポイント増）と好転した。

業種別にみると、卸売業で△66.7（前期差13.3ポイント増）、小売業で△62.5（前期差5.9ポイント増）、建設・運輸業で△33.4（前期差16.6ポイント増）、サービス業で△18.2（前期差2.9ポイント増）と好転。一方、製造業で△37.5（前期差1.1ポイント減）と悪化した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、サービス業は全国値を上回り、製造業、卸売業、小売業、建設・運輸業は下回っている。



#### イ）業種別数値表（経年）

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
令和元年夏	△ 26.8	-	△ 42.3	-	△ 10.0	-	△ 64.3	-	△ 17.5	-	△ 26.7	-
令和元年冬	△ 17.8	↑	△ 5.9	↑	△ 18.2	↑	△ 70.6	↓	△ 20.5	↓	△ 18.9	↑
令和2年冬	△ 48.4	↓	△ 73.1	↓	△ 16.6	↓	△ 58.4	↑	△ 45.2	↓	△ 46.1	↓
令和3年夏	△ 40.0	↑	△ 36.4	↑	△ 80.0	↓	△ 68.4	↓	△ 50.0	↓	△ 21.1	↑
令和3年冬	△ 30.9	↑	△ 37.5	↓	△ 66.7	↑	△ 62.5	↑	△ 33.4	↑	△ 18.2	↑

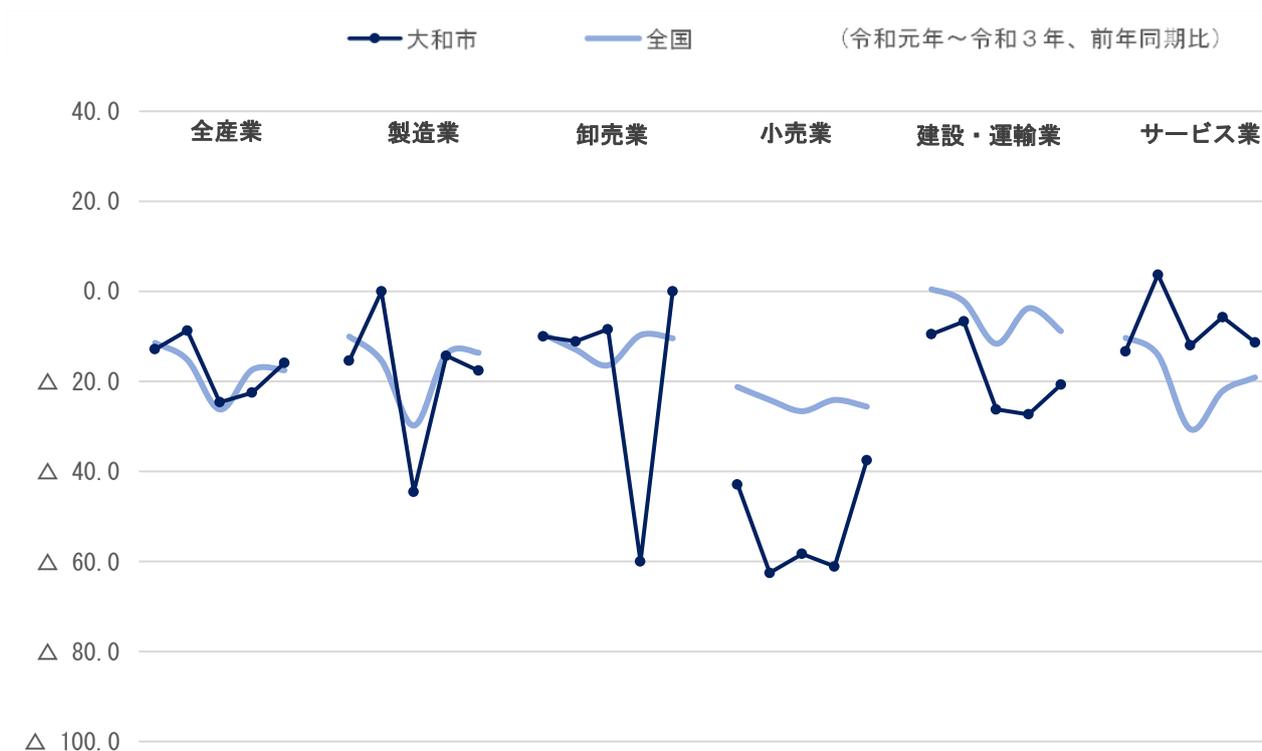
#### ④資金繰りDI

##### ア) 業種別の推移・全国比較

全産業のDIは、前期△22.5から△15.9（前期差6.6ポイント増）と好転した。

業種別にみると、卸売業で0.0（前期差60.0ポイント増）、小売業で△37.5（前期差23.6ポイント増）、建設・運輸業で△20.7（前期差6.6ポイント増）と好転。一方、製造業で△17.6（前期差3.3ポイント減）、サービス業で△11.3（前期差5.6ポイント減）と悪化した。

産業別に今期の数値を全国値と比較すると、卸売業、サービス業は全国値を上回り、製造業、小売業、建設・運輸業は下回っている。



##### イ) 業種別数値表（経年）

	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
令和元年夏	△ 12.8	-	△ 15.4	-	△ 10.0	-	△ 42.9	-	△ 9.5	-	△ 13.3	-
令和元年冬	△ 8.7	↑	0.0	↑	△ 11.1	↓	△ 62.5	↓	△ 6.7	↑	3.7	↑
令和2年冬	△ 24.6	↓	△ 44.5	↓	△ 8.4	↑	△ 58.3	↑	△ 26.2	↓	△ 12.0	↓
令和3年夏	△ 22.5	↑	△ 14.3	↑	△ 60.0	↓	△ 61.1	↓	△ 27.3	↓	△ 5.7	↑
令和3年冬	△ 15.9	↑	△ 17.6	↓	0.0	↑	△ 37.5	↑	△ 20.7	↑	△ 11.3	↓

## 2. 経営上の問題点／課題（上位5つまで）

### （1）経営上の問題点／課題

全体では、「人材・人員確保」が47.7%と最も高く、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が43.0%、「業務の効率化」が32.7%と続いている。

業種別では、製造業で「原材料や商品の仕入単価の上昇」、卸売業で「販売促進・販路開拓、または営業活動」と「既存の製品・サービスの改善」、小売業およびサービス業で「販売促進・販路開拓、または営業活動」、建設・運輸業で「人材・人員確保」がそれぞれ最も高くなっている。

事業規模別では「建物・設備等の老朽化」は、小規模事業者（21.1%）が小規模事業者以外（0.0%）を21.1ポイント上回っている。

前回（令和3年夏）比較では、「人材・人員確保」が増加していることがわかる。

	全体 (n=107)	業種別				
		製造 (n=16)	卸売 (n=3)	小売 (n=8)	建設・運輸 (n=29)	サービス (n=44)
人材・人員確保	47.7%	43.8%	33.3%	12.5%	65.5%	40.9%
販売促進・販路開拓、または営業活動	43.0%	37.5%	100.0%	50.0%	34.5%	52.3%
業務の効率化	32.7%	25.0%	33.3%	37.5%	34.5%	34.1%
原材料や商品の仕入単価の上昇	29.0%	56.3%	0.0%	37.5%	37.9%	15.9%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	24.3%	12.5%	0.0%	37.5%	27.6%	27.3%
資金繰り対策	24.3%	31.3%	33.3%	37.5%	31.0%	15.9%
新製品・サービスの開発	22.4%	31.3%	66.7%	12.5%	3.4%	29.5%
新型コロナウイルス感染症への対応	18.7%	18.8%	0.0%	0.0%	6.9%	22.7%
自社の強みの把握・活用	17.8%	6.3%	33.3%	25.0%	20.7%	20.5%
建物・設備等の老朽化	17.8%	43.8%	0.0%	12.5%	17.2%	13.6%
既存の製品・サービスの改善	16.8%	31.3%	100.0%	25.0%	3.4%	13.6%
顧客ニーズの把握	13.1%	18.8%	33.3%	0.0%	3.4%	18.2%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11.2%	12.5%	0.0%	25.0%	0.0%	13.6%
ブランディング	7.5%	6.3%	66.7%	0.0%	10.3%	4.5%
3回目のワクチン接種	5.6%	12.5%	0.0%	0.0%	6.9%	4.5%
その他	4.7%	6.3%	0.0%	0.0%	3.4%	4.5%

	全体 (n=107)	事業規模別		前回・前々回比較	
		小規模 (n=90)	小規模以外 (n=13)	R3夏 (n=123)	R2冬 (n=148)
人材・人員確保	47.7%	45.6%	61.5%	43.9%	42.6%
販売促進・販路開拓、または営業活動	43.0%	45.6%	38.5%	53.7%	50.0%
業務の効率化	32.7%	30.0%	61.5%	30.1%	50.0%
原材料や商品の仕入単価の上昇	29.0%	30.0%	23.1%	32.5%	19.6%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	24.3%	25.6%	15.4%	23.6%	18.9%
資金繰り対策	24.3%	26.7%	7.7%	17.9%	23.6%
新製品・サービスの開発	22.4%	24.4%	15.4%	17.1%	29.1%
新型コロナウイルス感染症への対応	18.7%	13.3%	38.5%	21.1%	29.7%
自社の強みの把握・活用	17.8%	20.0%	7.7%	24.4%	21.6%
建物・設備等の老朽化	17.8%	21.1%	0.0%	24.4%	16.9%
既存の製品・サービスの改善	16.8%	17.8%	15.4%	22.0%	19.6%
顧客ニーズの把握	13.1%	14.4%	7.7%	15.4%	18.2%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11.2%	10.0%	23.1%	12.2%	14.9%
ブランディング	7.5%	8.9%	0.0%	8.1%	6.8%
3回目のワクチン接種	5.6%	6.7%	0.0%	-	-
その他	4.7%	4.4%	0.0%	0.8%	4.1%

<「その他」の回答>

業種	回答
製造業	部品不足。部品が入らない
建設業	物が無いので仕事ができない
不動産業・生活関連サービス業	賃貸自宅管理業者登録したための業務移行

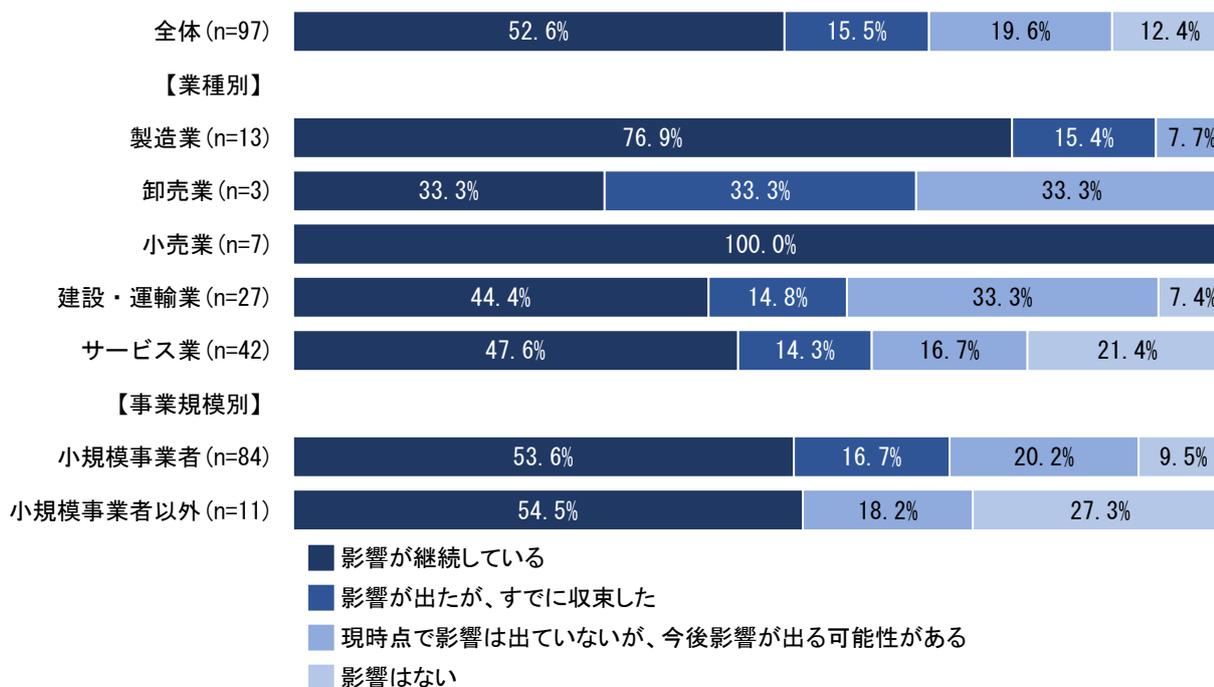
### 3. 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について

#### (1) 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について

全体では、「影響が継続している」が 52.6%と最も高く、「現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある」が 19.6%、「影響が出たが、すでに収束した」が 15.5%と続いている。

業種別では、製造業と小売業で「影響が継続している」が7割を超えている。

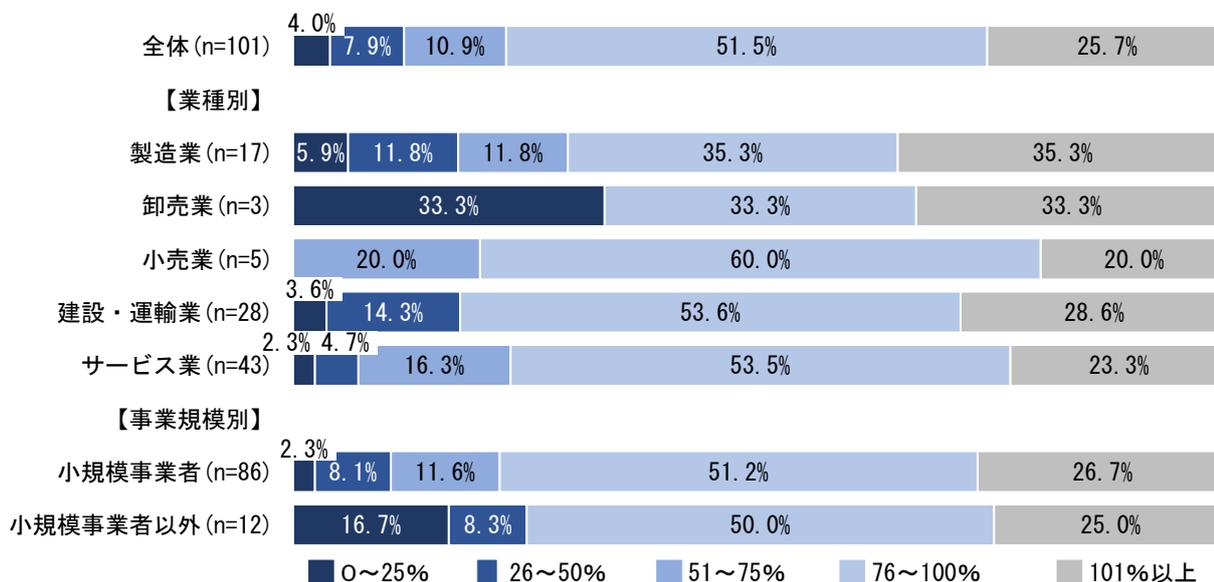
事業規模別では「影響はない」は、小規模事業者以外 (27.3%) が小規模事業者 (9.5%) を 17.8 ポイント上回っている。



## (2) 2021年12月の売上高は、前年同期（2020年12月）を「100」とすると、どの程度であったか

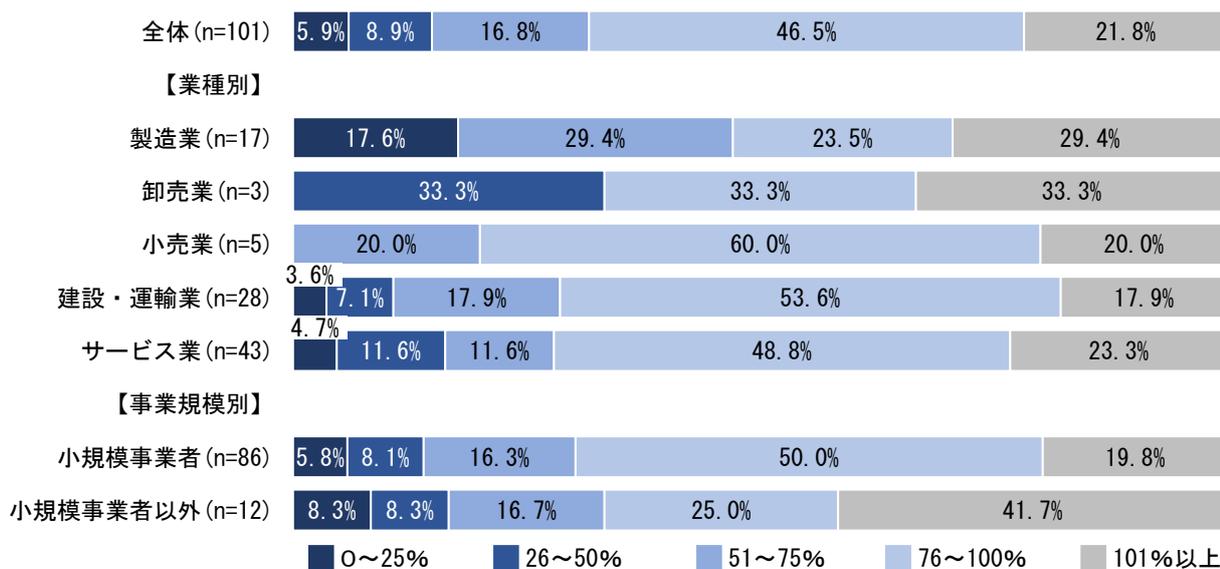
全体では、「0～25%」が4.0%、「26～50%」が7.9%、「51～75%」が10.9%、「76～100%」が51.5%、「101%以上」が25.7%となっている。7割超の事業者が前年の売上高の水準より低くなっていることがわかる。

業種別では、製造業で「101%以上」が35.3%と高くなっている。



## (3) 2021年12月の売上高は、コロナ禍前の前々年同期（2019年12月）を「100」とすると、どの程度であったか

全体では、「0～25%」が5.9%、「26～50%」が8.9%、「51～75%」が16.8%、「76～100%」が46.5%、「101%以上」が21.8%となっている。約8割の事業者がコロナ禍以前の売上高の水準より低くなっていることがわかる。



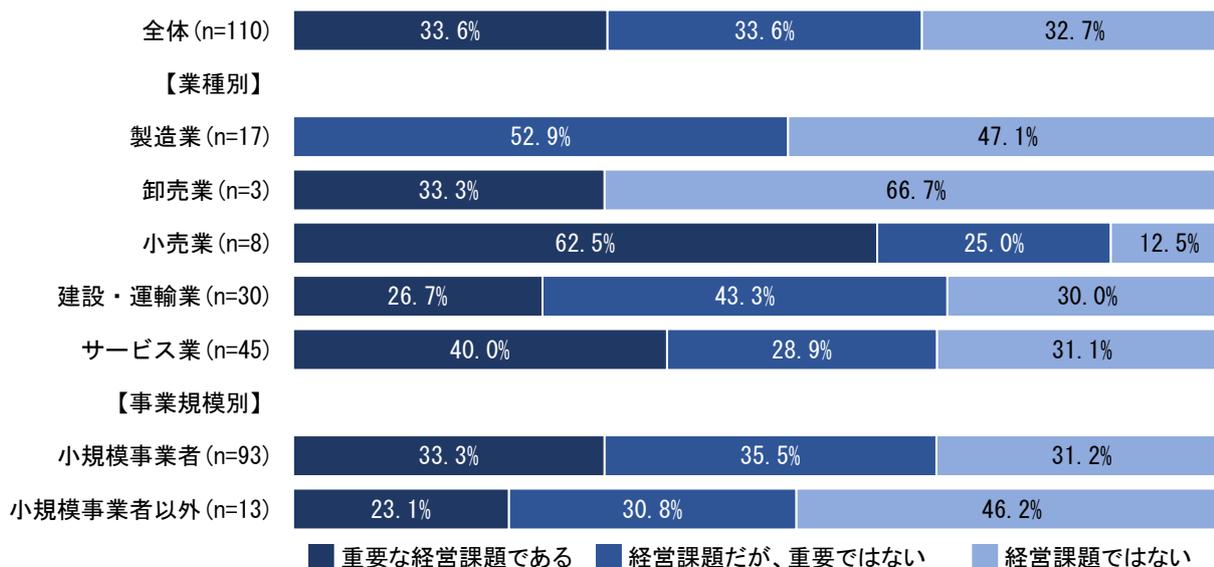
#### 4. 人口減少への転換について

##### (1) 今後の人口減少が経営全般に与える影響

全体では、「重要な経営課題である」と「経営課題だが、重要ではない」が、それぞれ 33.6%と最も高く、「経営課題ではない」が 32.7%と続いている。

業種別では、小売業で「重要な経営課題である」が 62.5%と最も高くなっている。

事業規模別では「重要な経営課題である」は、小規模事業者（33.3%）が小規模事業者以外（23.1%）を 10.2 ポイント上回っている。小規模事業者ほど、地域内で事業活動を実施しており、人口減少の影響を受けやすいと考えられる。

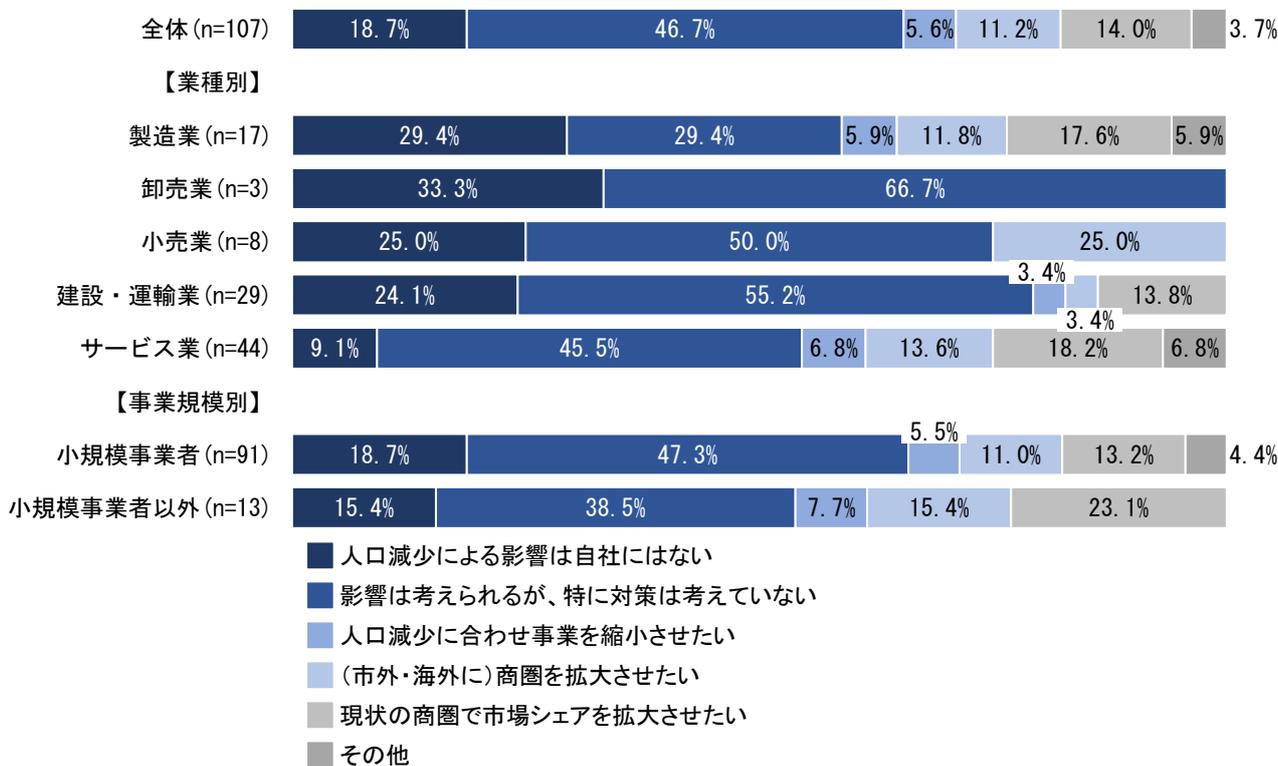


## (2) 人口減少局面に対する考え

全体では、「影響は考えられるが、特に対策は考えていない」が46.7%と最も高く、「人口減少による影響は自社にはない」が18.7%、「現状の商圈で市場シェアを拡大させたい」が14.0%と続いている。

業種別では、すべての業種で「影響は考えられるが、特に対策は考えていない」が最も高くなっている。

事業規模別では「影響は考えられるが、特に対策は考えていない」は、小規模事業者(47.3%)が小規模事業者以外(38.5%)を8.8ポイント上回っている。



### <「その他」の回答>

業種	回答
専門・技術サービス業	高齢化のため事業の継続は考えていない
専門・技術サービス業	新たなサービスを検討する必要がある

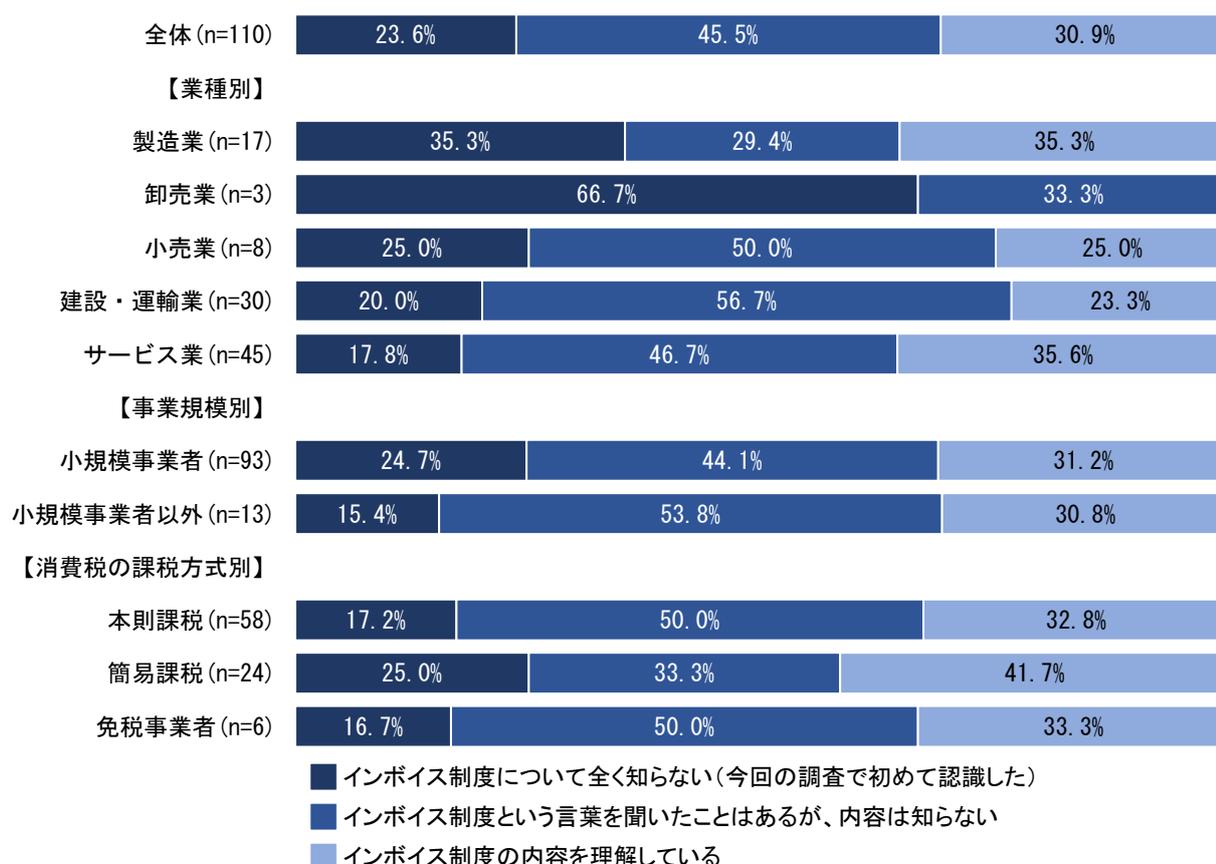
## 5. インボイス制度について

### (1) インボイス制度の認知度

全体では、「インボイス制度という言葉聞いたことはあるが、内容は知らない」が45.5%と最も高く、「インボイス制度の内容を理解している」が30.9%、「インボイス制度について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）」が23.6%と続いている。

事業規模別では「インボイス制度について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）」は、小規模事業者（24.7%）が小規模事業者以外（15.4%）を9.3ポイント上回っている。

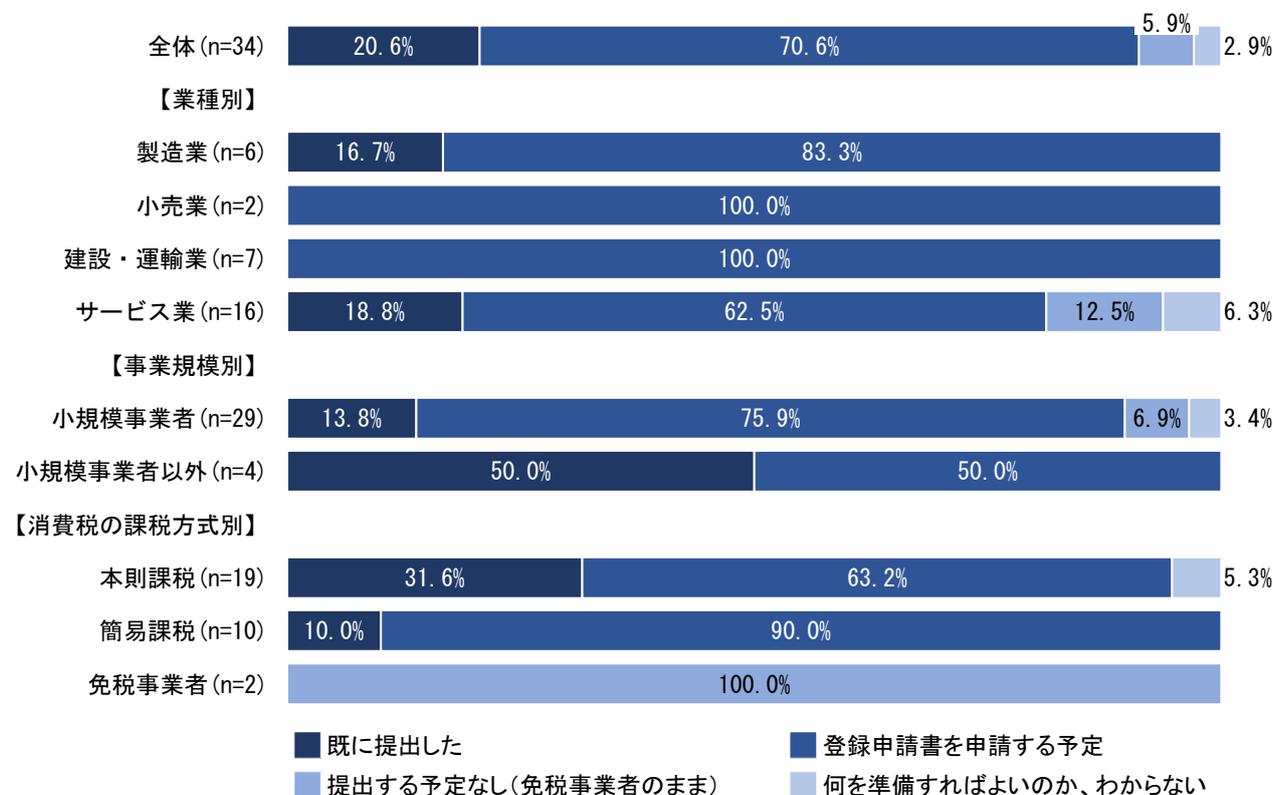
消費税の課税方式別では、今回のアンケートの回答者には免税事業者はほとんどいないことがわかる（n=6）。これまでみてきたとおり、インボイス制度の認知度は低いことから、免税事業者を対象に、別途調査を行ってみたいところである。



## (2) 適格請求書発行事業者になるための登録申請書の提出状況

### ※(1)で「インボイス制度の内容を理解している」と回答した方に質問

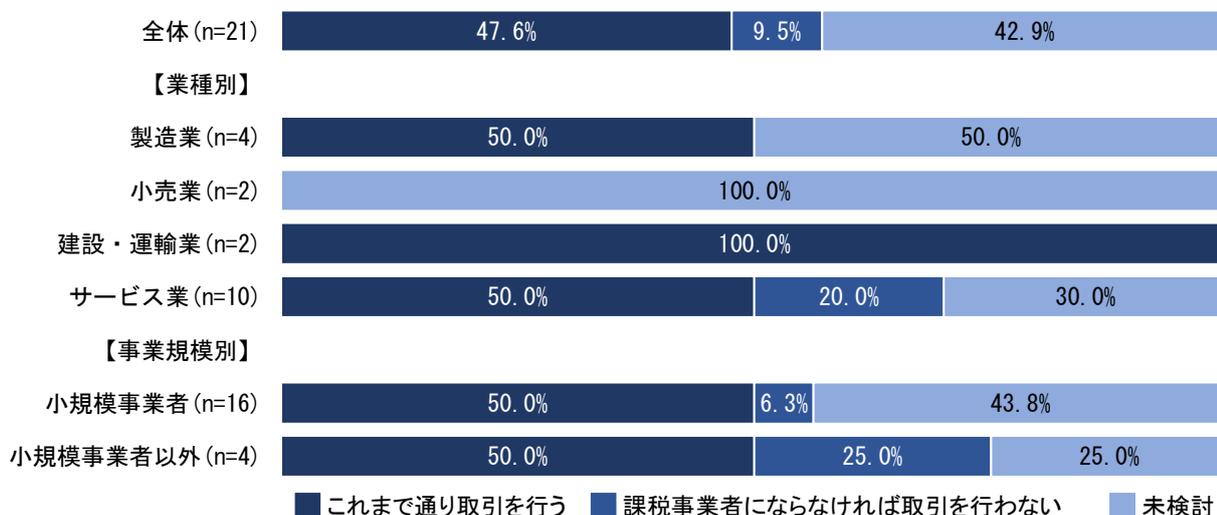
全体では、「登録申請書を申請する予定」が70.6%と最も高く、「既に提出した」が20.6%、「提出する予定なし(免税事業者のまま)」が5.9%と続いている。



## (3) インボイス制度導入後、免税事業者と取引を行うか

### ※(1)で「インボイス制度の内容を理解している」と回答し、かつ課税事業者に質問

全体では、「これまで通り取引を行う」が47.6%と最も高く、「未検討」が42.9%、「課税事業者にならなければ取引を行わない」が9.5%と続いている。今のところ、「課税事業者にならなければ取引を行わない」と考える事業者は約1割に留まっているため、インボイス制度のために、課税事業者への無理な転換を勧める必要性は低いといえる。



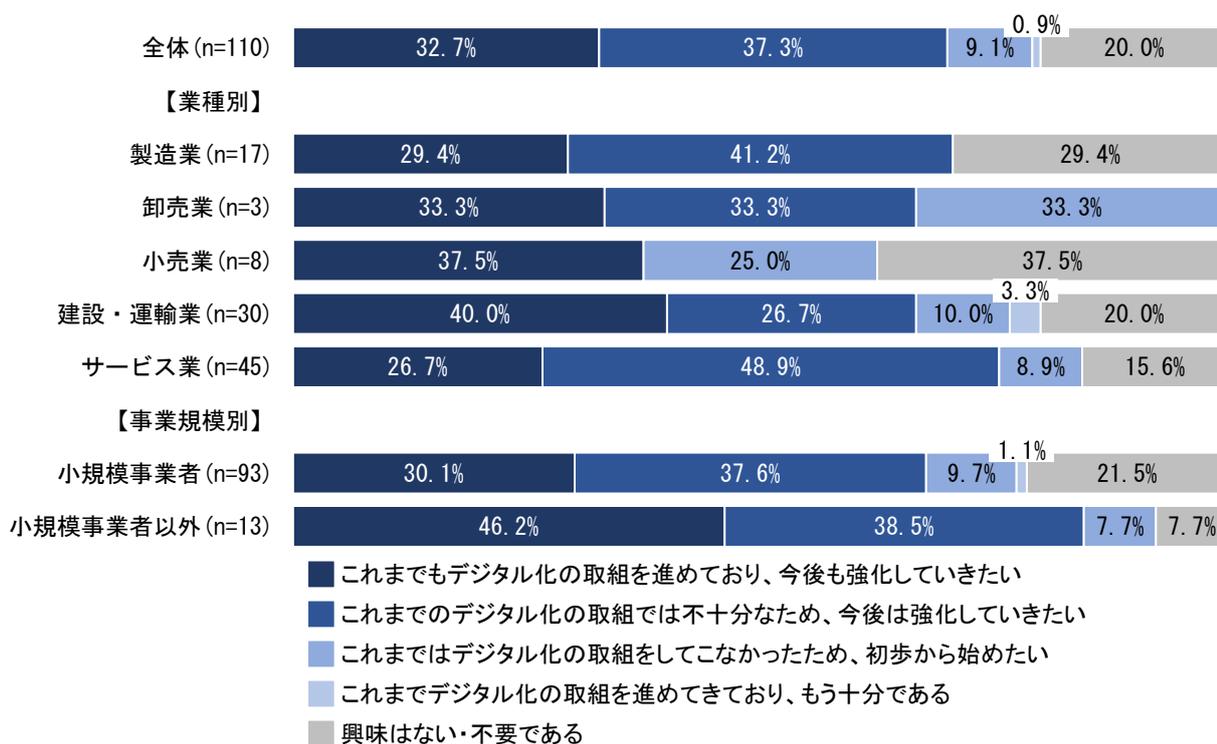
## 6. IT技術の利活用について

### (1) 「デジタル化」の取組状況

全体では、「これまでのデジタル化の取組では不十分なため、今後は強化していきたい」が37.3%と最も高く、「これまでもデジタル化の取組を進めており、今後も強化していきたい」が32.7%、「興味はない・不要である」が20.0%と続いている。「これまでもデジタル化の取組を進めており、今後も強化していきたい」と「これまでのデジタル化の取組では不十分なため、今後は強化していきたい」を合わせた『強化していきたい』が70.0%となっている。

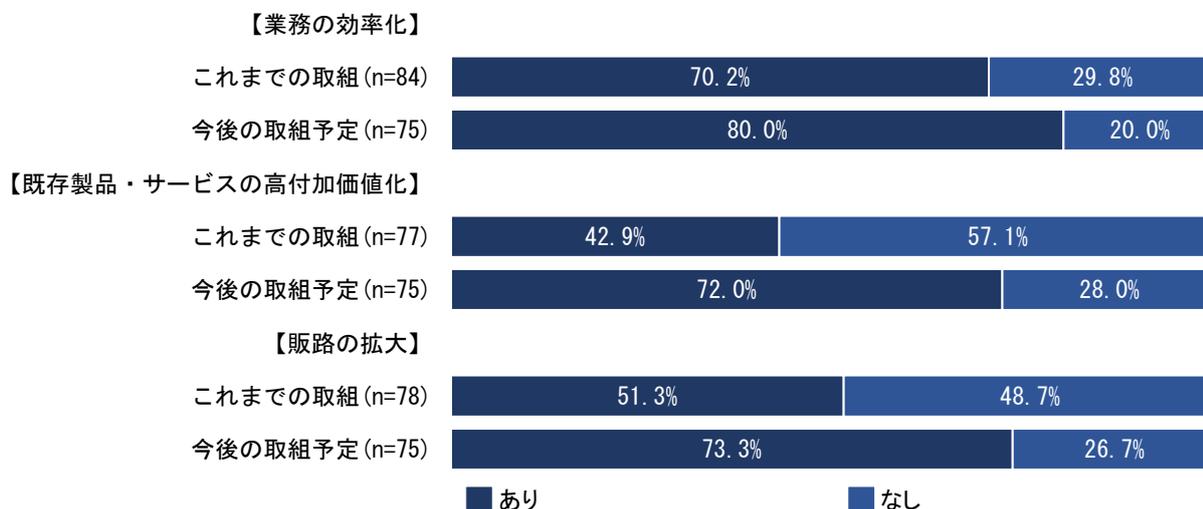
業種別では、サービス業で『強化していきたい』が75.6%と高くなっている。

事業規模別では、デジタル化に消極的であると言われている小規模事業者においても『強化していきたい』が67.7%も見られる。



## (2) デジタル化についてのこれまでの取組と今後の取組予定

デジタル化について、これまでの取組と今後の取組予定をみると、比較的導入の簡単なく業務の効率化は、すでに取り組んでいる割合が約7割となっている。一方、＜既存製品・サービスの高付加価値化＞や＜販路の拡大＞は、これまでの取組と、今後の取組予定の割合のギャップが大きく、今後取り組む予定の事業者が多いことが読み取れる。



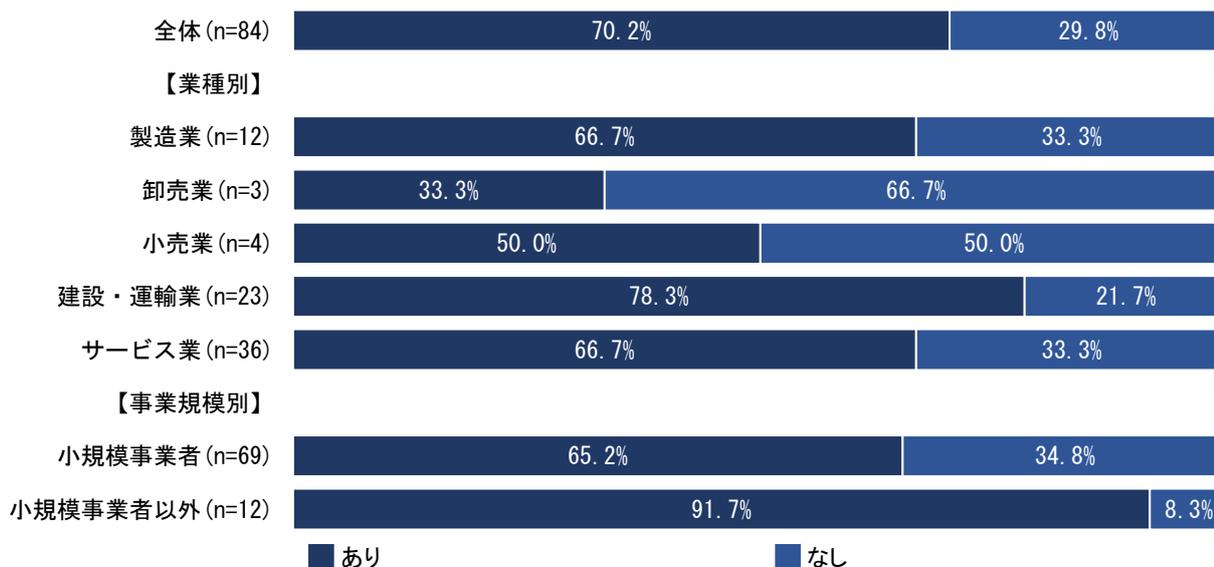
### (ア) これまで取り組んできたデジタル化の有無

#### ①業務の効率化

全体では、「あり」が70.2%、「なし」が29.8%となっている。

業種別では、建設・運輸業で「あり」が78.3%と最も高くなっている。

事業規模別では「あり」は、小規模事業者以外（91.7%）が小規模事業者（65.2%）を26.5ポイント上回っている。

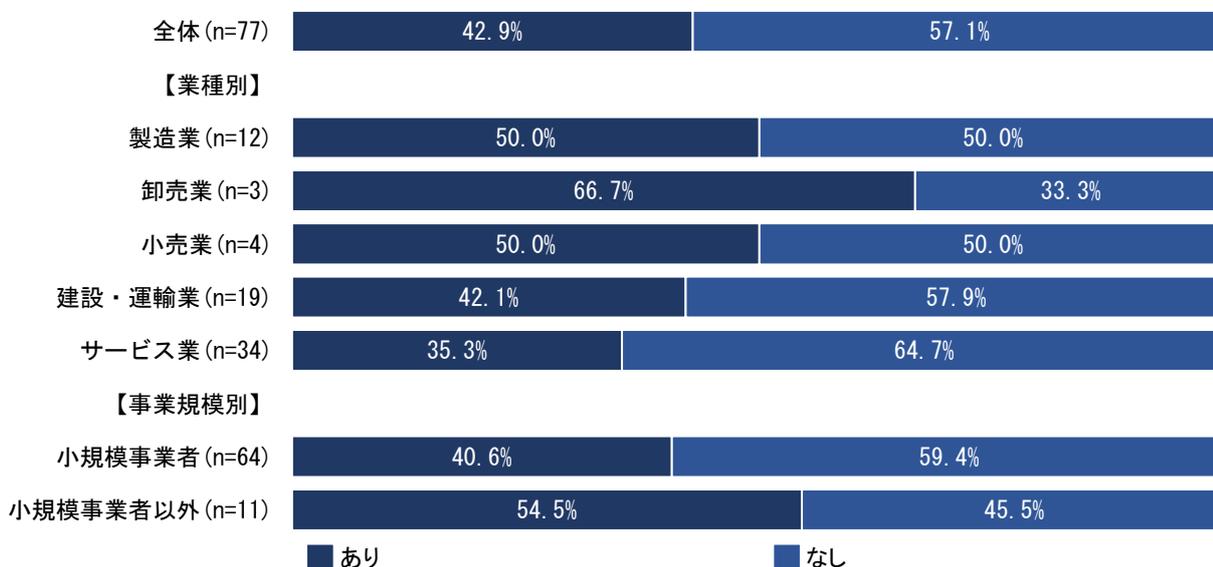


## ②既存製品・サービスの高付加価値化

全体では、「あり」が42.9%、「なし」が57.1%となっている。

業種別では、卸売業で「あり」が66.7%と最も高くなっている。

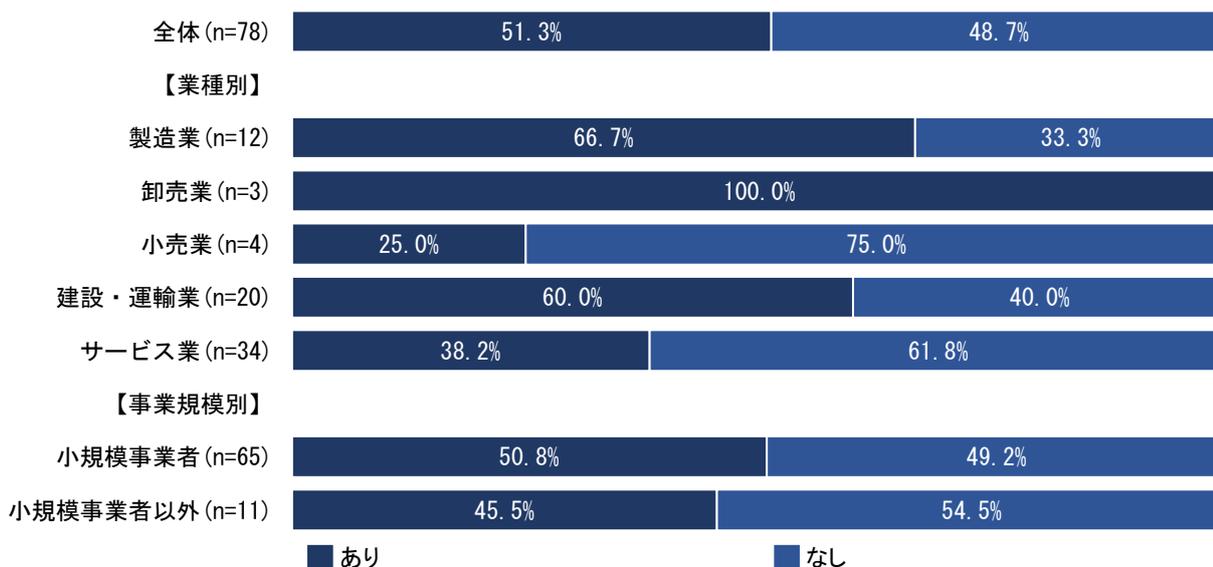
事業規模別では「あり」は、小規模事業者以外（54.5%）が小規模事業者（40.6%）を13.9ポイント上回っている。



## ③販路の拡大

全体では、「あり」が51.3%、「なし」が48.7%となっている。

業種別では、卸売業で「あり」が100.0%と最も高くなっている。



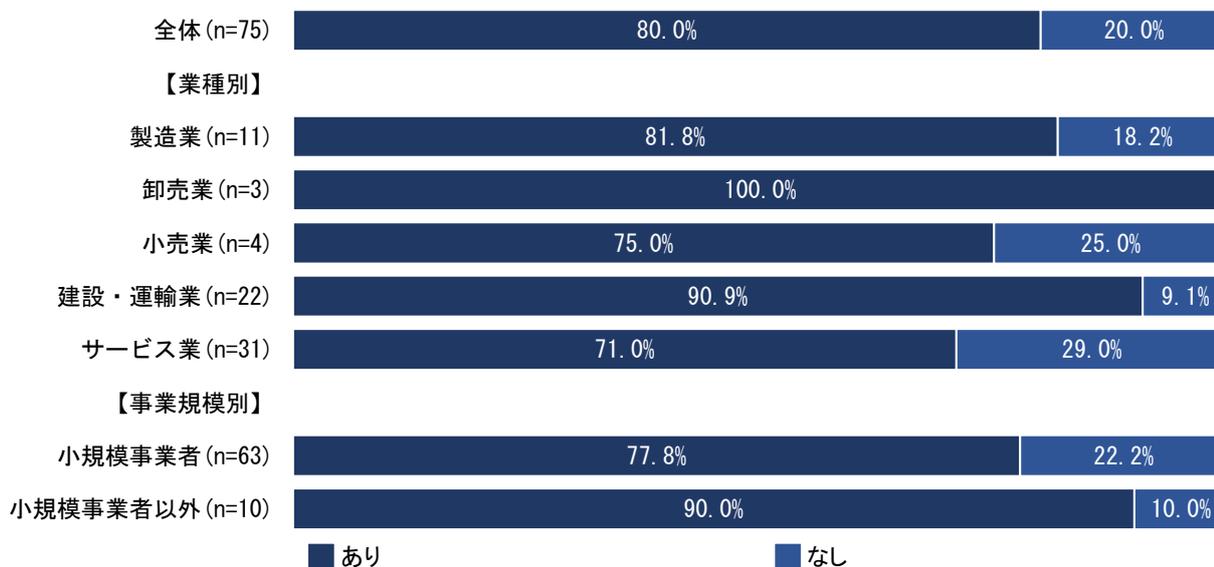
## (イ) 今後取り組みたいと考えるデジタル化の有無

### ①業務の効率化

全体では、「あり」が80.0%、「なし」が20.0%となっている。

業種別では、すべての業種で7割以上となっている。

事業規模別では「あり」は、小規模事業者以外(90.0%)が小規模事業者(77.8%)を12.2ポイント上回っている。

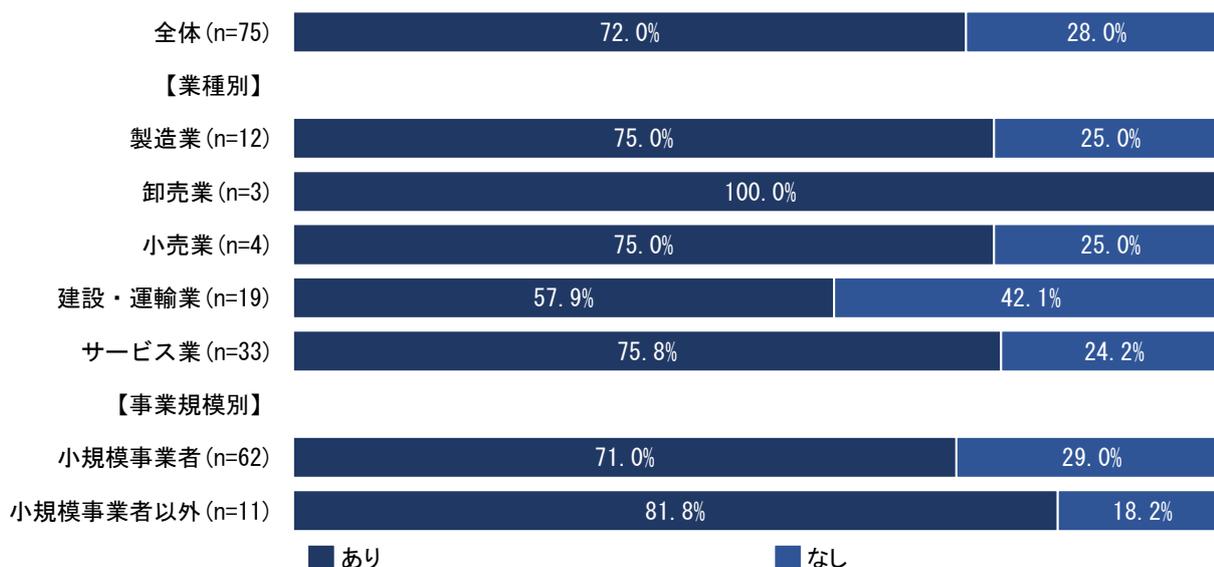


### ②既存製品・サービスの高付加価値化

全体では、「あり」が72.0%、「なし」が28.0%となっている。

業種別では、建設・運輸業で「なし」が42.1%と高くなっている。

事業規模別では「あり」は、小規模事業者以外(81.8%)が小規模事業者(71.0%)を10.8ポイント上回っている。

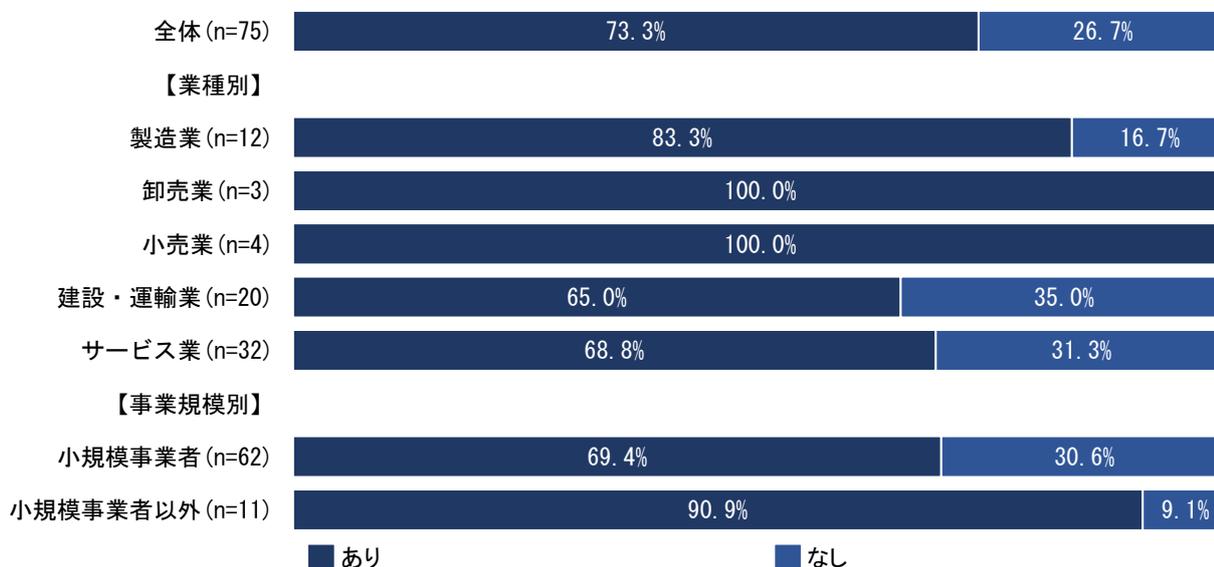


### ③販路の拡大

全体では、「あり」が73.3%、「なし」が26.7%となっている。

業種別では、卸売業と小売業で「あり」が100.0%と最も高くなっている。

事業規模別では「あり」は、小規模事業者以外（90.9%）が小規模事業者（69.4%）を21.5ポイント上回っている。



### (3) 特に効果が大きかったデジタル化の取組

業種	回答
製造業	図面を PDF で取り込んで図面を探すのが楽になった
製造業	Web ミーティングは効率化に寄与している。製造業の場合のミーティングの効率化の重要性に気付かされた
製造業	新しいERPパッケージを導入するとともに社内ネットワークを強化した結果、リモート業務が可能となり、コロナ禍でも従業員が安心して勤務することが出来た
製造業	宣伝に関しては雑誌から SNS、また SNS でユーザーの流行りに応えるために動画制作アプリを使用し、注目度向上につなげていきます
製造業	通販業務開始に伴う各種システムの導入
製造業	ホームページによる受注
卸売業	自社 WEB サイトが有効でした
小売業	注文書などの書類の電子保存化
小売業	仕入れのデジタル化による業務効率化
建設業	CAD、積算ソフトの導入
建設業	WEB での会議、面談、イベント活用
建設業	公共工事成果物のデジタル化
建設業	IT 事業 (HP 制作、PC 販売 (新品、中古共)) など、当社の強みになるであろう分野を構築中

業種	回答
建設業	テレワークの導入、キントーンによる書類の一元化と運用・ホームページの活用
建設業	人事・販売管理ソフト等の導入
建設業	業務の効率化
建設業	ペーパーレス化が進みました
情報通信業	ペーパーレス化の促進、クラウドの活用、グループウェアの活用
不動産業・生活関連サービス業	HP 作成
不動産業・生活関連サービス業	ホームページの充実。オンライン授業
不動産業・生活関連サービス業	新たなサービスやビジネスモデルを実現することは難しいが、さまざまな情報の取得に努めている
不動産業・生活関連サービス業	インターネットバンキングの導入により入金管理・支払手続きなどを、時間帯を気にせず処理することが可能になりました
不動産業・生活関連サービス業	弊社ホームページに駐車場を記載し募集したところ、電話業務が減り顧客ニーズとマッチした
専門・技術サービス業	紙ベース媒体で保存していたものをデータ化してかつ、予備の PC へコピーし 2 重化を図るようにした
専門・技術サービス業	zoom 利用など
専門・技術サービス業	会計システム導入、ネット販売
専門・技術サービス業	オンライン会議の活用。クラウドサービスの活用
専門・技術サービス業	税務の電子申請・電子納税
その他サービス業	ネットショップ構築
その他サービス業	経理ソフトの導入。カード決済の導入
その他の業種	アプリ導入

## 7. 大和商工会議所の活動

### (1) 参加したいセミナー（複数回答可）

全体では、「IT 導入関連セミナー」が 30.1%と最も高く、「インボイス制度解説セミナー」が 24.1%、「補助金活用セミナー」が 21.7%と続いている。

事業規模別では「補助金活用セミナー」は、小規模事業者（26.1%）が小規模事業者以外（0.0%）を 26.1 ポイント上回っている。

	全体 (n=83)	業種別				
		製造 (n=11)	卸売 (n=3)	小売 (n=5)	建設・運輸 (n=20)	サービス (n=39)
IT導入関連セミナー	30.1%	36.4%	33.3%	0.0%	35.0%	28.2%
インボイス制度解説セミナー	24.1%	18.2%	33.3%	20.0%	45.0%	15.4%
補助金活用セミナー	21.7%	36.4%	66.7%	40.0%	20.0%	12.8%
販路開拓セミナー	20.5%	18.2%	33.3%	40.0%	0.0%	28.2%
財務分析セミナー	18.1%	9.1%	66.7%	0.0%	25.0%	17.9%
人材活用セミナー	18.1%	18.2%	0.0%	20.0%	35.0%	7.7%
事業承継セミナー	15.7%	27.3%	0.0%	40.0%	0.0%	17.9%
事業計画作成セミナー	14.5%	18.2%	33.3%	0.0%	20.0%	12.8%
事業継続力強化セミナー	14.5%	18.2%	0.0%	0.0%	15.0%	15.4%
働き方改革セミナー	8.4%	18.2%	0.0%	20.0%	10.0%	2.6%
その他	3.6%	9.1%	0.0%	0.0%	5.0%	2.6%

	全体 (n=83)	事業規模別	
		小規模 (n=69)	小規模以外 (n=12)
IT導入関連セミナー	30.1%	29.0%	33.3%
インボイス制度解説セミナー	24.1%	23.2%	25.0%
補助金活用セミナー	21.7%	26.1%	0.0%
販路開拓セミナー	20.5%	21.7%	8.3%
財務分析セミナー	18.1%	17.4%	25.0%
人材活用セミナー	18.1%	18.8%	16.7%
事業承継セミナー	15.7%	17.4%	0.0%
事業計画作成セミナー	14.5%	15.9%	8.3%
事業継続力強化セミナー	14.5%	17.4%	0.0%
働き方改革セミナー	8.4%	7.2%	16.7%
その他	3.6%	2.9%	8.3%

(2) その他、商工会議所にご要望等

業種	回答
製造業	情報発信の方法はメールか FAX かどちらか一方で良いと思います
小売業	今まで通り困ったとき相談できる場所、それだけで感謝です
小売業	注文ください
建設業	他市の会員との交流する機会を作ってもらいたい
建設業	いつもありがとうございます
建設業	意味のわからないカタカナ言葉の使用はやめてほしい
建設業	多方面に渡り細やかなご対応ありがとうございます
情報通信業	提出物をもっとデジタル化してほしい。諸会議の参加/不参加の確認 FAX など、メールに出来ないのか等
情報通信業	いつも大変お世話になっております
不動産業・生活関連サービス業	ハンガク〜よいですね。いつもありがとうございます。街のために頑張ってください
不動産業・生活関連サービス業	これまで通り前向きに中小企業を助けて頂けるとありがたいです
不動産業・生活関連サービス業	会社名を記載してあるのであればメールアドレスの登録済であるか調べて記載済と明記したらいかがか？
専門・技術サービス業	本アンケート、役立たずで申し訳ありません
その他サービス業	FAX をあまり使っていないのでメールと同様の内容であれば FAX を省略してほしいと思います
その他サービス業	いつもありがとうございます。色々なセミナーを開いて頂きありがとうございます。興味のあるセミナーも色々ありますが、お店の営業で中々時間が取れません。ZOOM も便利なのですが・・・
その他サービス業	月次支援金の件ご指摘ありがとうございました。大和市内のイベント、いろいろ大道芸の企画感謝しています。大和市中心に秦野商工会議所、二宮商工会他、千葉、静岡、群馬等もイベント企画してきました。コロナで2年間お祭り、神社祭も中止で川崎、元住吉ブレーメン、網島の神社祭も中止でした。テレビ番組出演、アイドルの指導などで現在なんとか個人として継続しております。昔小田切会頭の商工会議所に入会でき感謝します。20 数年の経験を活かしながら販売促進、販路開拓を様子見ながら営業活動をしてきたいと思います。ZOOM 等も体験しました。大事なことはわかりますが様子を見て対応したいと思います
その他サービス業	大和中心に特産物を販売したい。紹介してほしい
その他の業種	レンタルスペースを利用したい

## 8. 総括

本アンケートは、新型コロナウイルス感染症の影響下にて実施された。

そこで、新型コロナウイルス感染症による影響を考慮しつつ総括をまとめ、今の管内事業者の状況や、それに伴い必要とされている支援を明確化させる。

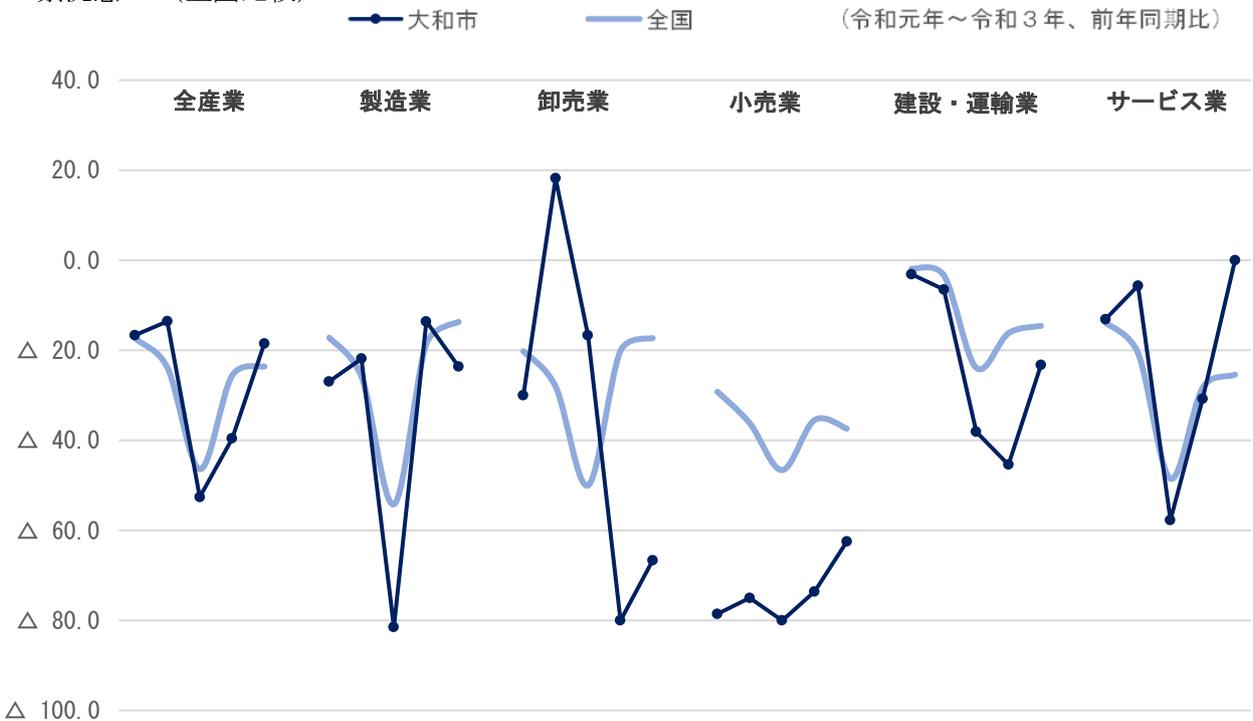
### (1) 景況感は全体として改善傾向

はじめに、景況感DIを確認する。

下記グラフの全産業をみると、景況感DIは前回調査に比べて改善しており、コロナ禍以前の水準に近づきつつある。

業種別にみると、卸売業で△66.7（前期差13.3ポイント増）、小売業で△62.5（前期差11.1ポイント増）、建設・運輸業で△23.3（前期差22.1ポイント増）、サービス業で0.0（前期差30.8ポイント増）と好転。一方、製造業で△23.6（前期差10.0ポイント減）と悪化した。

< 景況感DI（全国比較） >



	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
令和元年夏	△ 16.7	-	△ 26.9	-	△ 30.0	-	△ 78.6	-	△ 3.1	-	△ 13.1	-
令和元年冬	△ 13.6	↑	△ 21.9	↑	18.2	↑	△ 75.0	↑	△ 6.5	↓	△ 5.7	↑
令和2年冬	△ 52.6	↓	△ 81.5	↓	△ 16.7	↓	△ 80.0	↓	△ 38.1	↓	△ 57.7	↓
令和3年夏	△ 39.6	↑	△ 13.6	↑	△ 80.0	↓	△ 73.6	↑	△ 45.4	↓	△ 30.8	↑
令和3年冬	△ 18.5	↑	△ 23.6	↓	△ 66.7	↑	△ 62.5	↑	△ 23.3	↑	0.0	↑

## (2) 約半数が「人材・人員確保」を課題に

経営上の問題点/課題をみると、「人材・人員確保」が47.7%と最も高く、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が43.0%、「業務の効率化」が32.7%と続いている。

前回・前々回比較では、「新型コロナウイルス感染症への対応」は前々回の29.7%、前回の21.1%から今回は18.7%に減少傾向にある。新型コロナウイルス感染症への対応自体が課題でなくなり、より経営面の課題への対応が必要と考える事業者が多くなっていることが読み取れる。

	全体 (n=107)	事業規模別		前回・前々回比較	
		小規模 (n=90)	小規模以外 (n=13)	R3夏 (n=123)	R2冬 (n=148)
人材・人員確保	47.7%	45.6%	61.5%	43.9%	42.6%
販売促進・販路開拓、または営業活動	43.0%	45.6%	38.5%	53.7%	50.0%
業務の効率化	32.7%	30.0%	61.5%	30.1%	50.0%
原材料や商品の仕入単価の上昇	29.0%	30.0%	23.1%	32.5%	19.6%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	24.3%	25.6%	15.4%	23.6%	18.9%
資金繰り対策	24.3%	26.7%	7.7%	17.9%	23.6%
新製品・サービスの開発	22.4%	24.4%	15.4%	17.1%	29.1%
新型コロナウイルス感染症への対応	18.7%	13.3%	38.5%	21.1%	29.7%
自社の強みの把握・活用	17.8%	20.0%	7.7%	24.4%	21.6%
建物・設備等の老朽化	17.8%	21.1%	0.0%	24.4%	16.9%
既存の製品・サービスの改善	16.8%	17.8%	15.4%	22.0%	19.6%
顧客ニーズの把握	13.1%	14.4%	7.7%	15.4%	18.2%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11.2%	10.0%	23.1%	12.2%	14.9%
ブランディング	7.5%	8.9%	0.0%	8.1%	6.8%
3回目のワクチン接種	5.6%	6.7%	0.0%	-	-
その他	4.7%	4.4%	0.0%	0.8%	4.1%

## (3) 新型コロナウイルス感染症の影響が約半数の事業者で継続

新型コロナウイルス感染症の経営への影響をみると、「影響が継続している」が52.6%と、半数以上の事業者が新型コロナウイルス感染症の影響が継続していると感じていることがわかる。

業種別では、製造業と小売業で「影響が継続している」が7割を超えている。

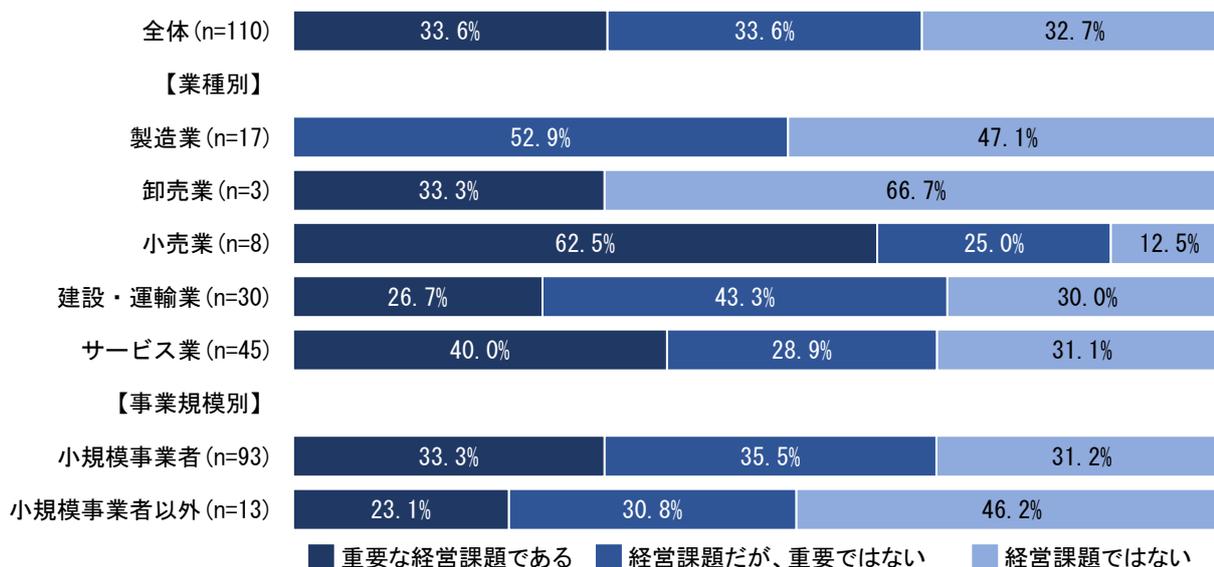
業種	影響が継続している	影響が出たが、すでに収束した	現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある	影響はない
全体 (n=97)	52.6%	15.5%	19.6%	12.4%
【業種別】				
製造業 (n=13)	76.9%		15.4%	7.7%
卸売業 (n=3)	33.3%	33.3%	33.3%	
小売業 (n=7)	100.0%			
建設・運輸業 (n=27)	44.4%	14.8%	33.3%	7.4%
サービス業 (n=42)	47.6%	14.3%	16.7%	21.4%

- 影響が継続している
- 影響が出たが、すでに収束した
- 現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある
- 影響はない

#### (4) 約3分の1の事業者が「人口減少」を重要な経営課題と認識

今後の人口減少が経営全般に与える影響をみると、「重要な経営課題である」と「経営課題だが、重要ではない」が、それぞれ33.6%と最も高く、「経営課題ではない」が32.7%と続いている。

事業規模別では「重要な経営課題である」は、小規模事業者（33.3%）が小規模事業者以外（23.1%）を10.2ポイント上回っている。小規模事業者ほど、地域内で事業活動を実施しており、人口減少の影響を受けやすいと考えられる。

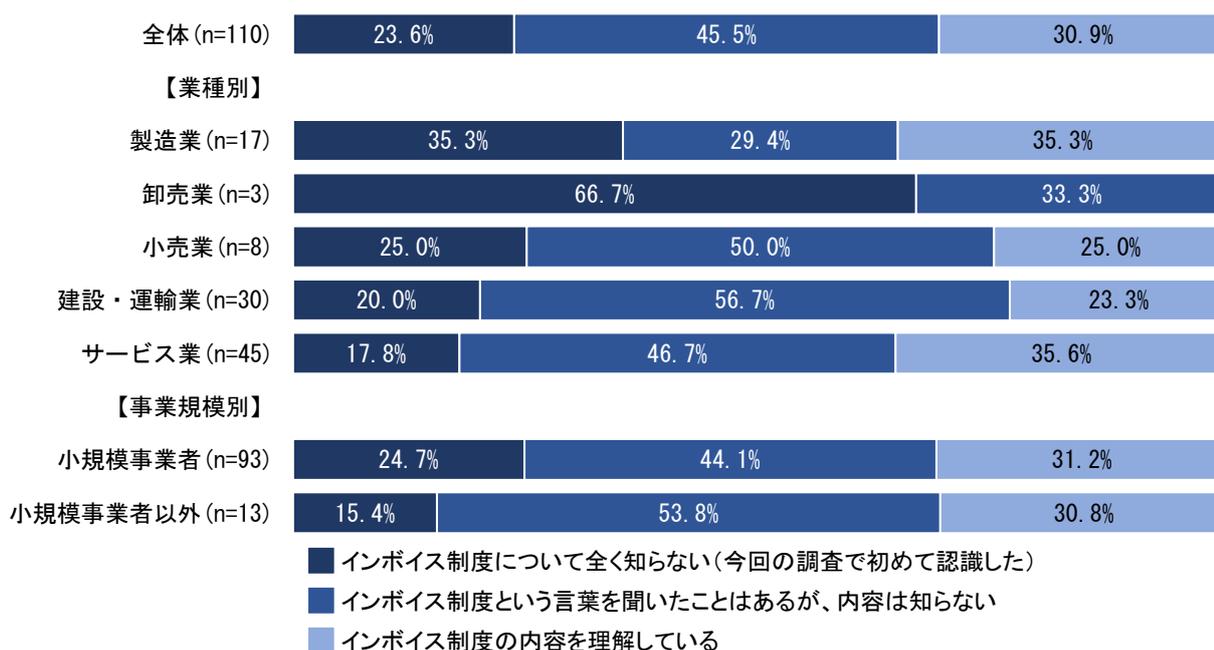


#### (5) 約7割の事業者が「インボイス制度」について理解不足

インボイス制度の認知度をみると、「インボイス制度の内容を理解している」が30.9%となっている。

事業規模別では「インボイス制度について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）」は、小規模事業者（24.7%）が小規模事業者以外（15.4%）を9.3ポイント上回っている。

インボイス制度に関する認知度が3割に留まっているため、特に小規模事業者を中心にインボイス制度を周知するための活動（セミナー等）を行う必要があることが読み取れる。

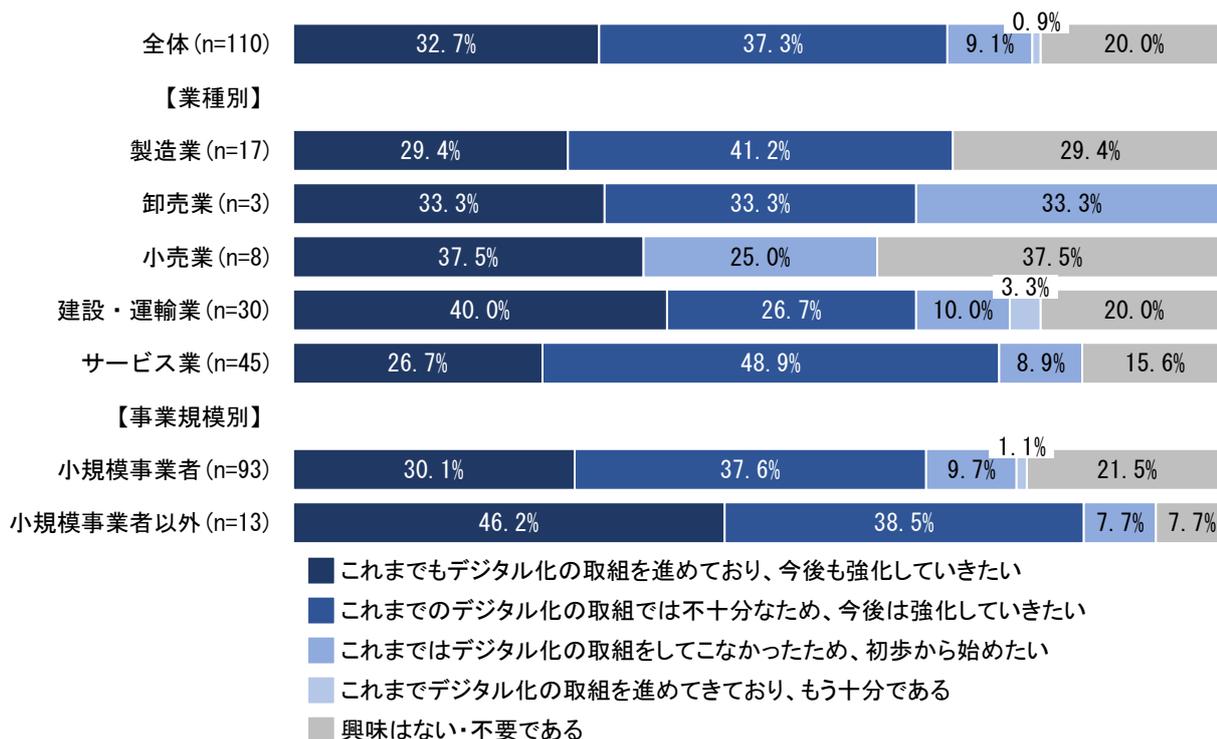


## (6) 約7割の事業者が「デジタル化」の強化を検討

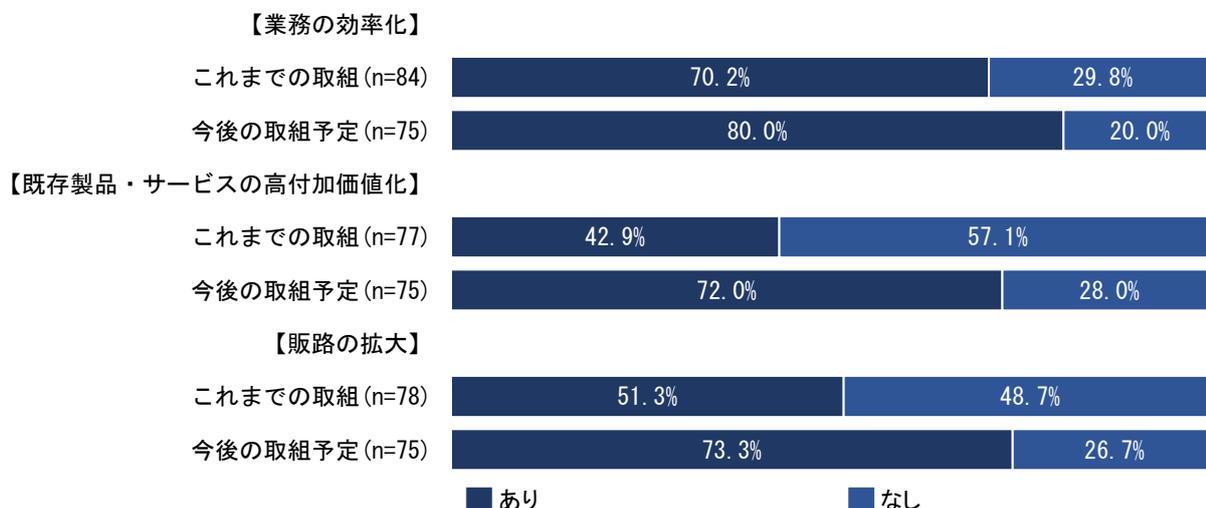
「デジタル化」の取組状況をみると、「これまでもデジタル化の取組を進めており、今後も強化していきたい」と「これまでのデジタル化の取組では不十分なため、今後は強化していきたい」を合わせた『強化していきたい』が70.0%となっている。

事業規模別では、デジタル化に消極的であると言われている小規模事業者においても『強化していきたい』が67.7%も見られる。

新型コロナウイルス感染症の影響や政府のDX推進への取組の影響もあり、デジタル化への意識が非常に高まっていることから、商工会議所としても積極的な支援が期待される。



デジタル化について、これまでの取組と今後の取組予定をみると、比較的導入の簡単なく業務効率化>は、すでに取り組んでいる割合が約7割となっている。一方、<既存製品・サービスの高付加価値化>は、これまでの取組と、今後の取組予定の割合のギャップが大きく、今後取り組む予定の事業者が多いことが読み取れる。



## IV 参考資料

### 1. 集計表

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況\_①景況感（自社）】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%								
好転	15	13.9%	3	17.6%	0	0.0%	1	12.5%	2	6.7%	9	20.9%
不変	58	53.7%	7	41.2%	1	33.3%	1	12.5%	19	63.3%	25	58.1%
悪化	35	32.4%	7	41.2%	2	66.7%	6	75.0%	9	30.0%	9	20.9%
DI	△ 18.5		△ 23.6		△ 66.7		△ 62.5		△ 23.3		0.0	
合計	108	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	43	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況\_②売上高】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%								
増加	21	19.4%	4	23.5%	0	0.0%	1	12.5%	4	13.3%	11	25.0%
不変	45	41.7%	7	41.2%	1	33.3%	2	25.0%	14	46.7%	19	43.2%
減少	42	38.9%	6	35.3%	2	66.7%	5	62.5%	12	40.0%	14	31.8%
DI	△ 19.5		△ 11.8		△ 66.7		△ 50.0		△ 26.7		△ 6.8	
合計	108	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	44	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況\_③引き合い／客数】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%										
増加	21	19.4%	4	23.5%	0	0.0%	1	12.5%	5	16.7%	11	25.0%
不変	43	39.8%	6	35.3%	1	33.3%	2	25.0%	13	43.3%	17	38.6%
減少	44	40.7%	7	41.2%	2	66.7%	5	62.5%	12	40.0%	16	36.4%
DI	△ 21.3		△ 17.7		△ 66.7		△ 50.0		△ 23.3		△ 11.4	
合計	108	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	44	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況\_④単価】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
上昇	14	13.3%	1	6.3%	0	0.0%	2	25.0%	6	20.0%	5	11.6%
不変	78	74.3%	13	81.3%	1	33.3%	4	50.0%	19	63.3%	37	86.0%
低下	13	12.4%	2	12.5%	2	66.7%	2	25.0%	5	16.7%	1	2.3%
DI	0.9		△ 6.2		△ 66.7		0.0		3.3		9.3	
合計	105	100.0%	16	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	43	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況 ⑤原材料・商品仕入単価】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
低下	4	3.9%	1	5.9%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	5.0%
不変	39	38.2%	4	23.5%	2	66.7%	1	12.5%	5	16.7%	24	60.0%
上昇	59	57.8%	12	70.6%	0	0.0%	7	87.5%	25	83.3%	14	35.0%
DI	△ 53.9		△ 64.7		33.3		△ 87.5		△ 83.3		△ 30.0	
合計	102	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	40	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況 ⑥採算（経常利益）】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%										
好転	12	11.2%	1	6.3%	0	0.0%	1	12.5%	1	3.3%	8	18.2%
不変	50	46.7%	8	50.0%	1	33.3%	1	12.5%	18	60.0%	20	45.5%
悪化	45	42.1%	7	43.8%	2	66.7%	6	75.0%	11	36.7%	16	36.4%
DI	△ 30.9		△ 37.5		△ 66.7		△ 62.5		△ 33.4		△ 18.2	
合計	107	100.0%	16	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	44	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況 ⑦資金繰り】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
好転	8	7.5%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	5	11.4%
不変	74	69.2%	12	70.6%	3	100.0%	5	62.5%	21	72.4%	29	65.9%
悪化	25	23.4%	4	23.5%	0	0.0%	3	37.5%	7	24.1%	10	22.7%
DI	△ 15.9		△ 17.6		0.0		△ 37.5		△ 20.7		△ 11.3	
合計	107	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	29	100.0%	44	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況 ⑧従業員（含臨時・パート）】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
過剰	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
適正	70	69.3%	11	64.7%	3	100.0%	5	62.5%	18	60.0%	30	78.9%
不足	31	30.7%	6	35.3%	0	0.0%	3	37.5%	12	40.0%	8	21.1%
DI	△ 30.7		△ 35.3		0.0		△ 37.5		△ 40.0		△ 21.1	
合計	101	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	38	100.0%

【問 1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況 ⑨設備】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
過剰	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
適正	93	90.3%	13	76.5%	3	100.0%	6	75.0%	29	96.7%	37	94.9%
不足	10	9.7%	4	23.5%	0	0.0%	2	25.0%	1	3.3%	2	5.1%
DI	△ 9.7		△ 23.5		0.0		△ 25.0		△ 3.3		△ 5.1	
合計	103	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	39	100.0%

【問3 現在の経営上の問題点／課題（5つまで）】

	全体 n=107		製造業 n=16		卸売業 n=3		小売業 n=8		建設・運輸業 n=29		サービス業 n=44	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
販売促進・販路開拓、または営業活動	46	43.0%	6	37.5%	3	100.0%	4	50.0%	10	34.5%	23	52.3%
人材・人員確保	51	47.7%	7	43.8%	1	33.3%	1	12.5%	19	65.5%	18	40.9%
自社の強みの把握・活用	19	17.8%	1	6.3%	1	33.3%	2	25.0%	6	20.7%	9	20.5%
業務の効率化	35	32.7%	4	25.0%	1	33.3%	3	37.5%	10	34.5%	15	34.1%
既存の製品・サービスの改善	18	16.8%	5	31.3%	3	100.0%	2	25.0%	1	3.4%	6	13.6%
新製品・サービスの開発	24	22.4%	5	31.3%	2	66.7%	1	12.5%	1	3.4%	13	29.5%
建物・設備等の老朽化	19	17.8%	7	43.8%	0	0.0%	1	12.5%	5	17.2%	6	13.6%
原材料や商品の仕入単価の上昇	31	29.0%	9	56.3%	0	0.0%	3	37.5%	11	37.9%	7	15.9%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	26	24.3%	2	12.5%	0	0.0%	3	37.5%	8	27.6%	12	27.3%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	12	11.2%	2	12.5%	0	0.0%	2	25.0%	0	0.0%	6	13.6%
ブランディング	8	7.5%	1	6.3%	2	66.7%	0	0.0%	3	10.3%	2	4.5%
顧客ニーズの把握	14	13.1%	3	18.8%	1	33.3%	0	0.0%	1	3.4%	8	18.2%
資金繰り対策	26	24.3%	5	31.3%	1	33.3%	3	37.5%	9	31.0%	7	15.9%
新型コロナウイルス感染症への対応	20	18.7%	3	18.8%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.9%	10	22.7%
3回目のワクチン接種	6	5.6%	2	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	6.9%	2	4.5%
その他	5	4.7%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	2	4.5%

【問4 新型コロナウイルス感染症の経営への影響の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
影響が継続している	51	52.6%	10	76.9%	1	33.3%	7	100.0%	12	44.4%	20	47.6%
影響が出たが、すでに収束した	15	15.5%	2	15.4%	1	33.3%	0	0.0%	4	14.8%	6	14.3%
現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある	19	19.6%	1	7.7%	1	33.3%	0	0.0%	9	33.3%	7	16.7%
影響はない	12	12.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	7.4%	9	21.4%
合計	97	100.0%	13	100.0%	3	100.0%	7	100.0%	27	100.0%	42	100.0%

【問5 2021年12月の売上高（前年同期比）】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
0～25%	4	4.0%	1	5.9%	1	33.3%	0	0.0%	1	3.6%	1	2.3%
26～50%	8	7.9%	2	11.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	14.3%	2	4.7%
51～75%	11	10.9%	2	11.8%	0	0.0%	1	20.0%	0	0.0%	7	16.3%
76～100%	52	51.5%	6	35.3%	1	33.3%	3	60.0%	15	53.6%	23	53.5%
101%以上	26	25.7%	6	35.3%	1	33.3%	1	20.0%	8	28.6%	10	23.3%
合計	101	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	5	100.0%	28	100.0%	43	100.0%

【問6 2021年12月の売上高（前々年同期）】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
0～25%	6	5.9%	3	17.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%	2	4.7%
26～50%	9	8.9%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	2	7.1%	5	11.6%
51～75%	17	16.8%	5	29.4%	0	0.0%	1	20.0%	5	17.9%	5	11.6%
76～100%	47	46.5%	4	23.5%	1	33.3%	3	60.0%	15	53.6%	21	48.8%
101%以上	22	21.8%	5	29.4%	1	33.3%	1	20.0%	5	17.9%	10	23.3%
合計	101	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	5	100.0%	28	100.0%	43	100.0%

【問7 今後の人口減少が経営全般に与える影響について】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
重要な経営課題である	37	33.6%	0	0.0%	1	33.3%	5	62.5%	8	26.7%	18	40.0%
経営課題だが、重要ではない	37	33.6%	9	52.9%	0	0.0%	2	25.0%	13	43.3%	13	28.9%
経営課題ではない	36	32.7%	8	47.1%	2	66.7%	1	12.5%	9	30.0%	14	31.1%
合計	110	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	45	100.0%

【問8 人口減少局面に対する考え】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
人口減少による影響は自社にはない	20	18.7%	5	29.4%	1	33.3%	2	25.0%	7	24.1%	4	9.1%
影響は考えられるが、特に対策は考えていない	50	46.7%	5	29.4%	2	66.7%	4	50.0%	16	55.2%	20	45.5%
人口減少に合わせ事業を縮小させたい	6	5.6%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%	3	6.8%
（市外・海外に）商圏を拡大させたい	12	11.2%	2	11.8%	0	0.0%	2	25.0%	1	3.4%	6	13.6%
現状の商圏で市場シェアを拡大させたい	15	14.0%	3	17.6%	0	0.0%	0	0.0%	4	13.8%	8	18.2%
その他	4	3.7%	1	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	6.8%
合計	107	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	29	100.0%	44	100.0%

【問9 インボイス制度の認知度】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
インボイス制度について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）	26	23.6%	6	35.3%	2	66.7%	2	25.0%	6	20.0%	8	17.8%
インボイス制度という言葉を知っているが、内容は知らない	50	45.5%	5	29.4%	1	33.3%	4	50.0%	17	56.7%	21	46.7%
インボイス制度の内容を理解している	34	30.9%	6	35.3%	0	0.0%	2	25.0%	7	23.3%	16	35.6%
合計	110	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	45	100.0%

【問10 適格請求書発行事業者になるための登録申請書の提出状況】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
既に提出した	7	20.6%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	18.8%
登録申請書を申請する予定	24	70.6%	5	83.3%	0	0.0%	2	100.0%	7	100.0%	10	62.5%
提出する予定なし（免税事業者のまま）	2	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	12.5%
何を準備すればよいのか、わからない	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%
合計	34	100.0%	6	100.0%	0	100.0%	2	100.0%	7	100.0%	16	100.0%

【問11 インボイス制度導入後、免税事業者と取引を行うか】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
これまで通り取引を行う	10	47.6%	2	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	100.0%	5	50.0%
課税事業者にならなければ取引を行わない	2	9.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	20.0%
未検討	9	42.9%	2	50.0%	0	0.0%	2	100.0%	0	0.0%	3	30.0%
合計	21	100.0%	4	100.0%	0	100.0%	2	100.0%	2	100.0%	10	100.0%

【問12 「デジタル化」の取組状況】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
これまでもデジタル化の取組を進めており、今後も強化していきたい	36	32.7%	5	29.4%	1	33.3%	3	37.5%	12	40.0%	12	26.7%
これまでのデジタル化の取組では不十分なため、今後は強化していきたい	41	37.3%	7	41.2%	1	33.3%	0	0.0%	8	26.7%	22	48.9%
これまではデジタル化の取組をしてこなかったため、初歩から始めたい	10	9.1%	0	0.0%	1	33.3%	2	25.0%	3	10.0%	4	8.9%
これまでデジタル化の取組を進めてきており、もう十分である	1	0.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.3%	0	0.0%
興味はない・不要である	22	20.0%	5	29.4%	0	0.0%	3	37.5%	6	20.0%	7	15.6%
合計	110	100.0%	17	100.0%	3	100.0%	8	100.0%	30	100.0%	45	100.0%

【問13 業務の効率化\_①これまでの取組の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
あり	59	70.2%	8	66.7%	1	33.3%	2	50.0%	18	78.3%	24	66.7%
なし	25	29.8%	4	33.3%	2	66.7%	2	50.0%	5	21.7%	12	33.3%
合計	84	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	4	100.0%	23	100.0%	36	100.0%

【問13 業務の効率化\_②今後の取組予定の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
あり	60	80.0%	9	81.8%	3	100.0%	3	75.0%	20	90.9%	22	71.0%
なし	15	20.0%	2	18.2%	0	0.0%	1	25.0%	2	9.1%	9	29.0%
合計	75	100.0%	11	100.0%	3	100.0%	4	100.0%	22	100.0%	31	100.0%

【問13 既存製品・サービスの高付加価値化\_①これまでの取組の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
あり	33	42.9%	6	50.0%	2	66.7%	2	50.0%	8	42.1%	12	35.3%
なし	44	57.1%	6	50.0%	1	33.3%	2	50.0%	11	57.9%	22	64.7%
合計	77	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	4	100.0%	19	100.0%	34	100.0%

【問13 既存製品・サービスの高付加価値化\_②今後の取組予定の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
あり	54	72.0%	9	75.0%	3	100.0%	3	75.0%	11	57.9%	25	75.8%
なし	21	28.0%	3	25.0%	0	0.0%	1	25.0%	8	42.1%	8	24.2%
合計	75	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	4	100.0%	19	100.0%	33	100.0%

【問13 販路の拡大\_①これまでの取組の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
あり	40	51.3%	8	66.7%	3	100.0%	1	25.0%	12	60.0%	13	38.2%
なし	38	48.7%	4	33.3%	0	0.0%	3	75.0%	8	40.0%	21	61.8%
合計	78	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	4	100.0%	20	100.0%	34	100.0%

【問13 販路の拡大\_②今後の取組予定の有無】

	全体		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
あり	55	73.3%	10	83.3%	3	100.0%	4	100.0%	13	65.0%	22	68.8%
なし	20	26.7%	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	7	35.0%	10	31.3%
合計	75	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	4	100.0%	20	100.0%	32	100.0%

【問15 今後商工会議所がセミナーを開催する場合、参加したいセミナー（複数回答）】

	全体 n=83		製造業 n=11		卸売業 n=3		小売業 n=5		建設・運輸業 n=20		サービス業 n=39	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
事業計画作成セミナー	12	14.5%	2	18.2%	1	33.3%	0	0.0%	4	20.0%	5	12.8%
財務分析セミナー	15	18.1%	1	9.1%	2	66.7%	0	0.0%	5	25.0%	7	17.9%
人材活用セミナー	15	18.1%	2	18.2%	0	0.0%	1	20.0%	7	35.0%	3	7.7%
販路開拓セミナー	17	20.5%	2	18.2%	1	33.3%	2	40.0%	0	0.0%	11	28.2%
IT導入関連セミナー	25	30.1%	4	36.4%	1	33.3%	0	0.0%	7	35.0%	11	28.2%
補助金活用セミナー	18	21.7%	4	36.4%	2	66.7%	2	40.0%	4	20.0%	5	12.8%
事業承継セミナー	13	15.7%	3	27.3%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	7	17.9%
働き方改革セミナー	7	8.4%	2	18.2%	0	0.0%	1	20.0%	2	10.0%	1	2.6%
事業継続力強化セミナー	12	14.5%	2	18.2%	0	0.0%	0	0.0%	3	15.0%	6	15.4%
インボイス制度解説セミナー	20	24.1%	2	18.2%	1	33.3%	1	20.0%	9	45.0%	6	15.4%
その他	3	3.6%	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	5.0%	1	2.6%

## 2. アンケート用紙

FAX 046-264-0391 メールアドレス ymtkeiei@yamatocci.or.jp

### 令和3年度 大和市内経済動向調査アンケート票（冬版）

大和商工会議所

貴社（事業所）の概要についてご記入、もしくは該当するもの1つに○を付けてください。

会社名	
代表者名	
代表者年齢	20代 30代 40代 50代 60代 70代以上
業種 (主たる業種1つに○を付けてください)	A. 製造業 B. 卸売業 C. 小売業 D. 建設業 E. 運輸業 F. 飲食サービス業 G. 情報通信業 H. 不動産業・生活関連サービス業 I. 金融業 J. 専門・技術サービス業 K. その他サービス業 L. その他の業種 ( )
従業員数	A. 0人 B. 1~5人 C. 6~10人 D. 11~15人 E. 16~20人 F. 21人以上 ※役員は除きます。専従者、および常用パート・アルバイトを含みます。
消費税等の課税方式	1. 本則課税 2. 簡易課税 3. 免税事業者 4. わからない
メールアドレス	※ご記入いただきましたメールアドレスは、貴社への情報提供に活用させていただきます。

### 景況感

問1 昨年の今頃と比べた現在の経営環境等の状況はいかがですか。(それぞれ1つを選択)

		よい ←	→ わるい	
昨年の今頃 (2020年7月~2020年12月頃) と比べた 貴社の現状 (2021年7月~2021年12月頃)	景況感(自社)	好転	悪化	
	売上高	増加	減少	
	引き合い/客数	増加	減少	
	単価	上昇	低下	
	原材料・商品仕入単価	低下	上昇	
	採算(経常利益)	好転	悪化	
	資金繰り	好転	悪化	
			わるい ←	→ わるい
	従業員(含臨時・パート)	過剰	不足	
	設備	過剰	不足	

問2 問1の「景況感(自社)」判断の背景について、貴社が感じていることをご記入ください。

例:「〇〇の受注が増えている」「新規顧客が増加している」「△△の価格が高騰している」等

[ ]

経営上の問題点/課題

問3 現在の経営上の問題点/課題は何ですか。(上位5つまで選択)

- |                      |                        |
|----------------------|------------------------|
| 1. 販売促進・販路開拓、または営業活動 | 2. 人材・人員確保             |
| 3. 自社の強みの把握・活用       | 4. 業務の効率化              |
| 5. 既存の製品・サービスの改善     | 6. 新製品・サービスの開発         |
| 7. 建物・設備等の老朽化        | 8. 原材料や商品の仕入単価の上昇      |
| 9. 事業承継・廃業・M&A・人材育成  | 10. ITの利活用(キャッシュレス対応等) |
| 11. ブランディング          | 12. 顧客ニーズの把握           |
| 13. 資金繰り対策           | 14. 新型コロナウイルス感染症への対応   |
| 15. 3回目のワクチン接種       | 16. その他( )             |

新型コロナウイルス感染症の経営への影響について

問4 新型コロナウイルス感染症の経営への影響はありましたか。(1つを選択)

- |                                |                   |
|--------------------------------|-------------------|
| 1. 影響が継続している                   | 2. 影響が出たが、すでに収束した |
| 3. 現時点で影響は出ていないが、今後影響が出る可能性がある | 4. 影響はない          |

問5 貴社の2021年12月の売上高は、前年同期(2020年12月)を「100」とすると、どの程度でしたか。

2021年12月の売上高    例: 前年同期比10%増の場合 

1	1	0
---	---	---

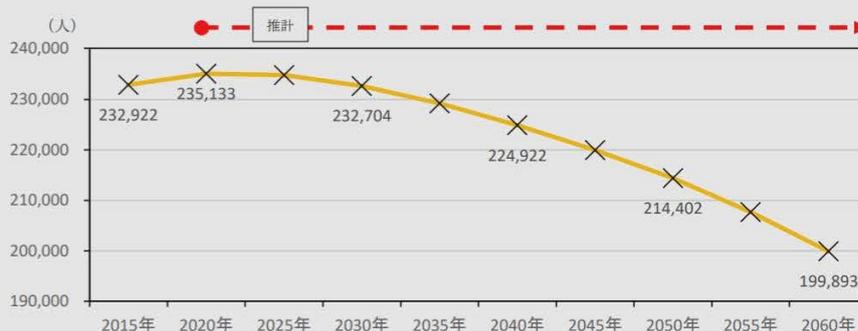
問6 同様にコロナ禍前の前々年同期(2019年12月)を「100」とすると、どの程度でしたか。

2021年12月の売上高    例: 前々年同期比30%減の場合 

0	7	0
---	---	---

人口減少への転換について

大和市の人口は、これまで増加傾向で推移してきましたが、近い将来、人口減少に転じることが見込まれており、これに伴い、地域内の消費の減衰が予測されます。



出典: 大和市「第2期 まち・ひと・しごと創生総合戦略(令和2年3月)」

問7 今後の人口減少が貴社の経営全般に与える影響について考えを教えてください（1つを選択）

1. 重要な経営課題である
2. 経営課題だが、重要ではない
3. 経営課題ではない

問8 今後、事業を継続させ、長期的に維持・発展をするためには、このような人口減少による消費減衰への対応が必要です。人口減少局面に対する、貴社の考えを教えてください。（1つを選択）

1. 人口減少による影響は自社にはない
2. 影響は考えられるが、特に対策は考えていない
3. 人口減少に合わせ事業を縮小させたい
4. （市外・海外に）商圏を拡大させたい
5. 現状の商圏で市場シェアを拡大させたい
6. その他（ ）

### インボイス制度について

令和5年10月1日から消費税の仕入税額控除の方式として、適格請求書等保存方式（インボイス制度）が導入されることに伴い、今年（令和3年）10月1日より登録申請の受付が開始されます。制度の義務化予定である令和5年10月1日までに登録を受ける場合は、令和5年3月31日が登録申請書の提出期限となっています。

問9 インボイス制度の認知度について教えてください。（1つを選択）

1. インボイス制度について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）
2. インボイス制度という言葉聞いたことはあるが、内容は知らない
3. インボイス制度の内容を理解している

問10 問9で「3.」を選択した方にお伺いします。

適格請求書発行事業者になるための登録申請書の提出状況について教えてください。（1つを選択）

1. 既に提出した
2. 登録申請書を申請する予定
3. 提出する予定なし（免税事業者のまま）
4. 何を準備すればよいのか、わからない

問11 問9で「3.」を選択し、かつ課税事業者の方にお伺いします。

インボイス制度導入後、免税事業者と取引を行いますか。（1つを選択）

1. これまで通り取引を行う
2. 課税事業者にならなければ取引を行わない
3. 未検討

### IT技術の利活用について

問12 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、事業活動にIT技術を活用した「デジタル化」が急速に進んでいます。貴社の「デジタル化」の取組状況について教えてください。（1つを選択）

1. これまでもデジタル化の取組を進めており、今後も強化していきたい
2. これまでのデジタル化の取組では不十分なため、今後は強化していきたい
3. これまでではデジタル化の取組をしてこなかったため、初歩から始めたい
4. これまでデジタル化の取組を進めてきており、もう十分である
5. 興味はない・不要である

問 13 問 11 で「1.」～「4.」を選択した方にお伺いします。

①これまで取り組んできたデジタル化、②今後取り組みたいと考えるデジタル化の内容について  
選択してください。(それぞれ1つを☑)

	これまでの取組の有無	今後の取組予定の有無
1. 業務の効率化	<input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし	<input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし
2. 既存製品・サービスの高付加価値化	<input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし	<input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし
3. 販路の拡大	<input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし	<input type="checkbox"/> あり <input type="checkbox"/> なし

問 14 特に効果が大きかったデジタル化の取組について、差し支えない範囲で教えてください。

( )

#### 大和商工会議所の活動

問 15 今後商工会議所がセミナーを開催する場合、参加したいセミナーを教えてください。

(複数選択可)

- |                   |                |                |
|-------------------|----------------|----------------|
| 1. 事業計画作成セミナー     | 2. 財務分析セミナー    | 3. 人材活用セミナー    |
| 4. 販路開拓セミナー       | 5. IT 導入関連セミナー | 6. 補助金活用セミナー   |
| 7. 事業承継セミナー       | 8. 働き方改革セミナー   | 9. 事業継続力強化セミナー |
| 10. インボイス制度解説セミナー | 11. その他 ( )    |                |

問 16 その他、商工会議所にご要望等があればご自由にご記入ください。

( )

ご協力ありがとうございました。

当所では、皆様からいただきましたアンケートを基に「大和市内経済動向調査報告書」の作成を行っております。作成いたしました大和市内経済動向調査は、当所HP上よりいつでも閲覧可能となっておりますので、ぜひご確認ください。右側のQRコードからもご確認ください。

「大和市内経済動向調査報告書」掲載ページURL

<https://www.yamatocci.or.jp/community/keikyo.html>





