

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。

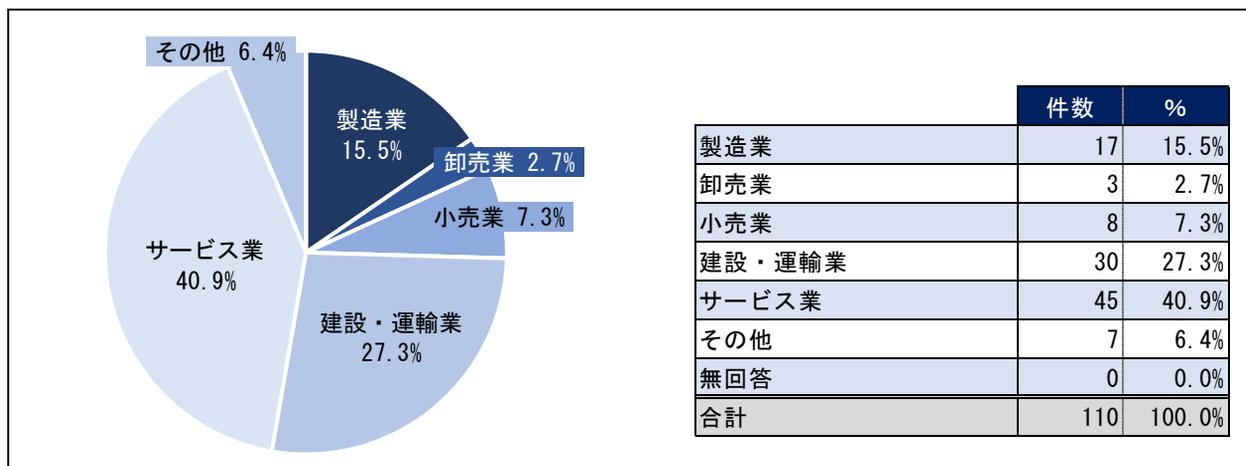
そこで、大和市の事業者に景況感や経営上の問題点に関するアンケート調査を行う。収集した情報は、事業者に提供するだけでなく、商工会議所としても事業者に対する効果的な支援策の立案に役立てる。

アンケート調査概要

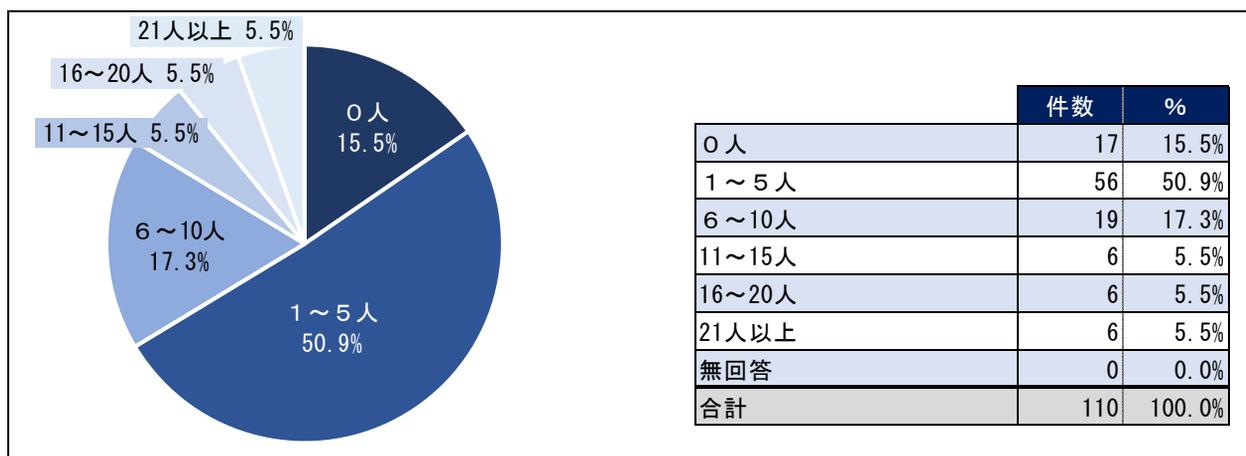
調査時期	令和3年12月6日～令和4年1月11日
調査対象	管内中小企業
調査方法	郵送配布－郵送回収
回答数・回収率	110票・9.5%

回答者の属性

業種



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%）

景況感DIの推移

全産業の景況感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。

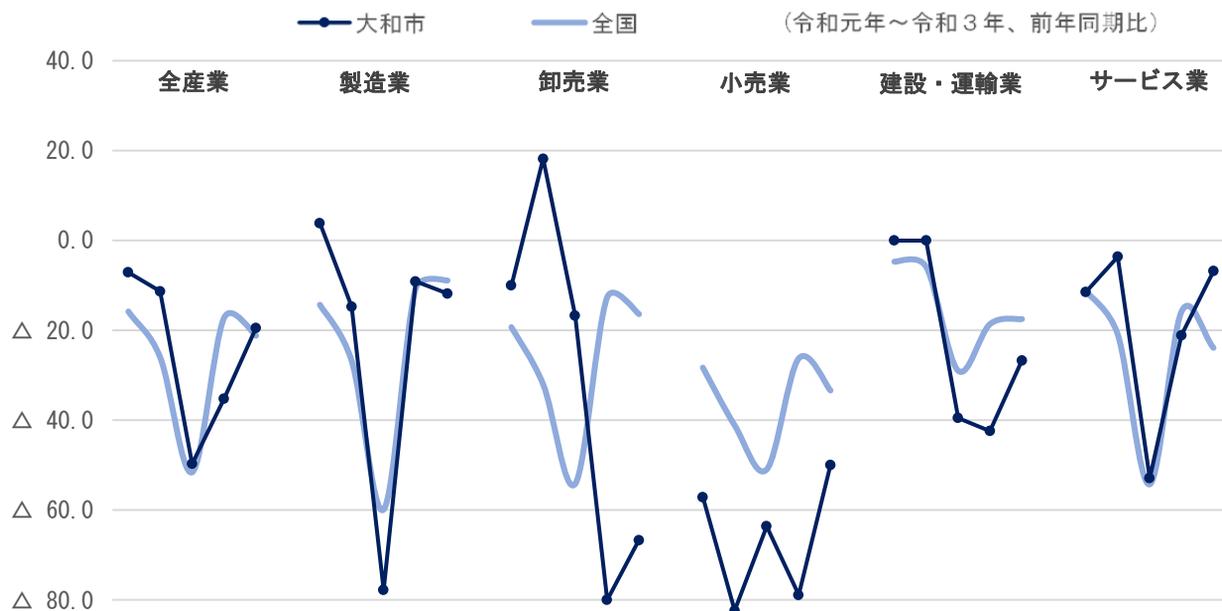


売上高DIの推移

全産業の売上高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。

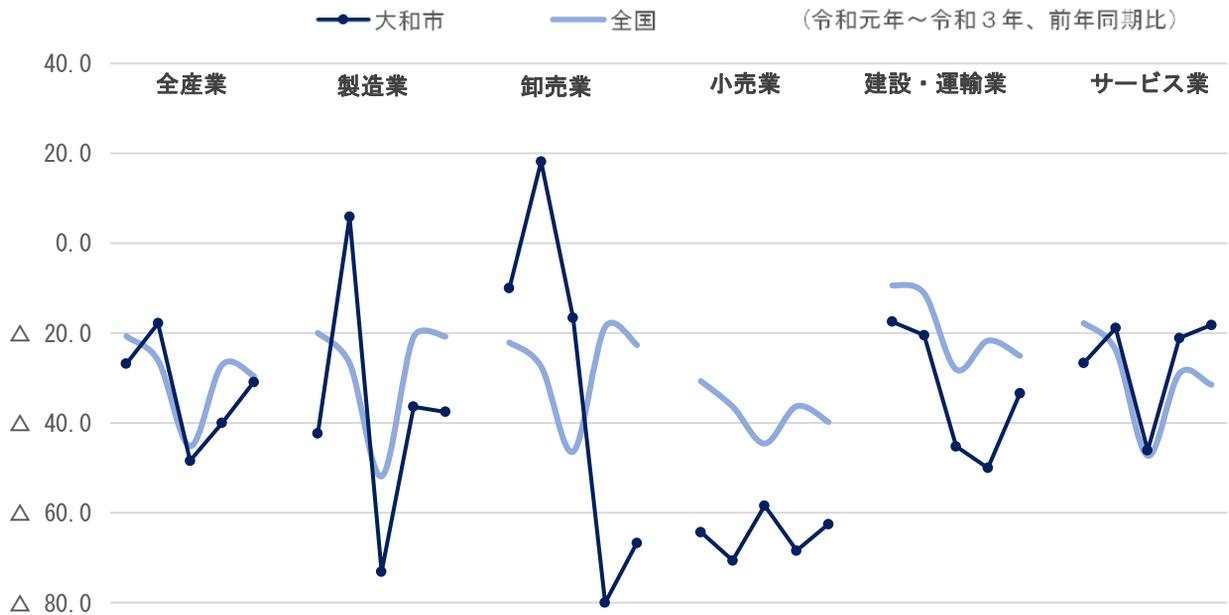


採算（経常利益）DIの推移

全産業の採算（経常利益）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。

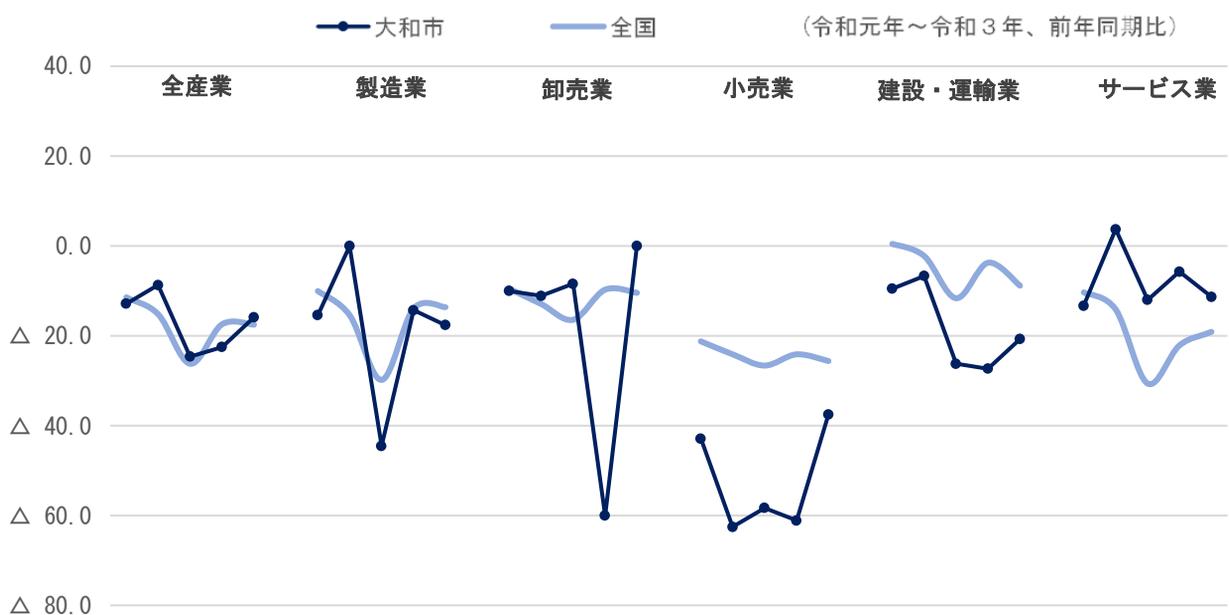


資金繰りDIの推移

全産業の資金繰り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。



経営上の問題点／課題

経営上の問題点や課題は、「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%

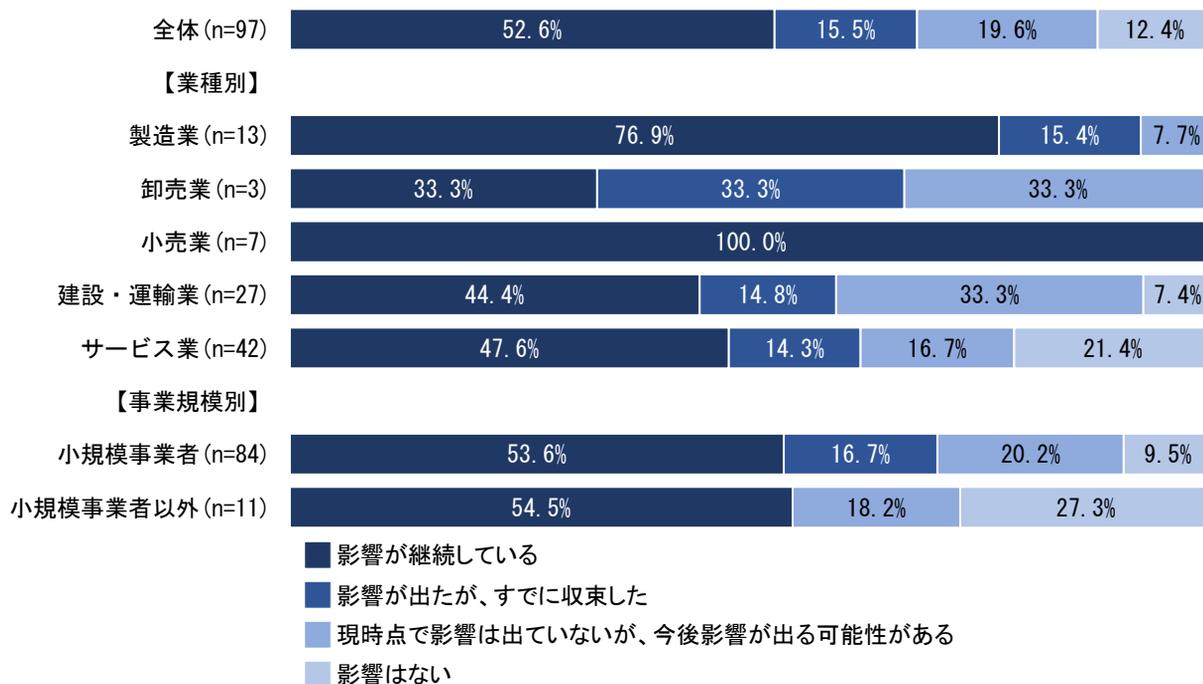
	全体 (n=107)	事業規模別		前回・前々回比較	
		小規模 (n=90)	小規模以外 (n=13)	R3夏 (n=123)	R2冬 (n=148)
人材・人員確保	47.7%	45.6%	61.5%	43.9%	42.6%
販売促進・販路開拓、または営業活動	43.0%	45.6%	38.5%	53.7%	50.0%
業務の効率化	32.7%	30.0%	61.5%	30.1%	50.0%
原材料や商品の仕入単価の上昇	29.0%	30.0%	23.1%	32.5%	19.6%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	24.3%	25.6%	15.4%	23.6%	18.9%
資金繰り対策	24.3%	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%

新型コロナウイルス感染症の経営への影響

新型コロナウイルス感染症の経営への影響についてみると、「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。

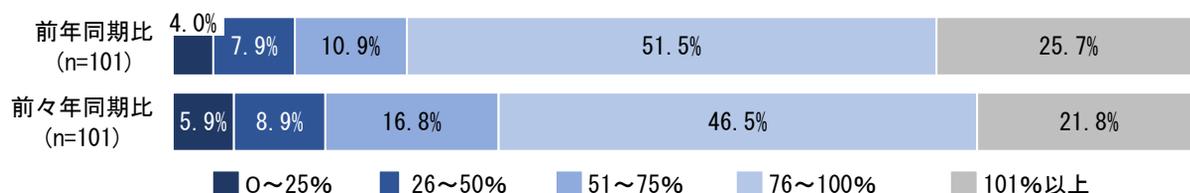


新型コロナウイルス感染症の売上高への影響（経年比較）

前年同期（2020年12月）の売上高との比較をみると、「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。

前々年同期（2019年12月）の売上高との比較をみると、「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。

コロナ以前（前々年同期）から比較して減少しているだけでなく、前年12月から比較しても減少している事業者が多いことがわかる。

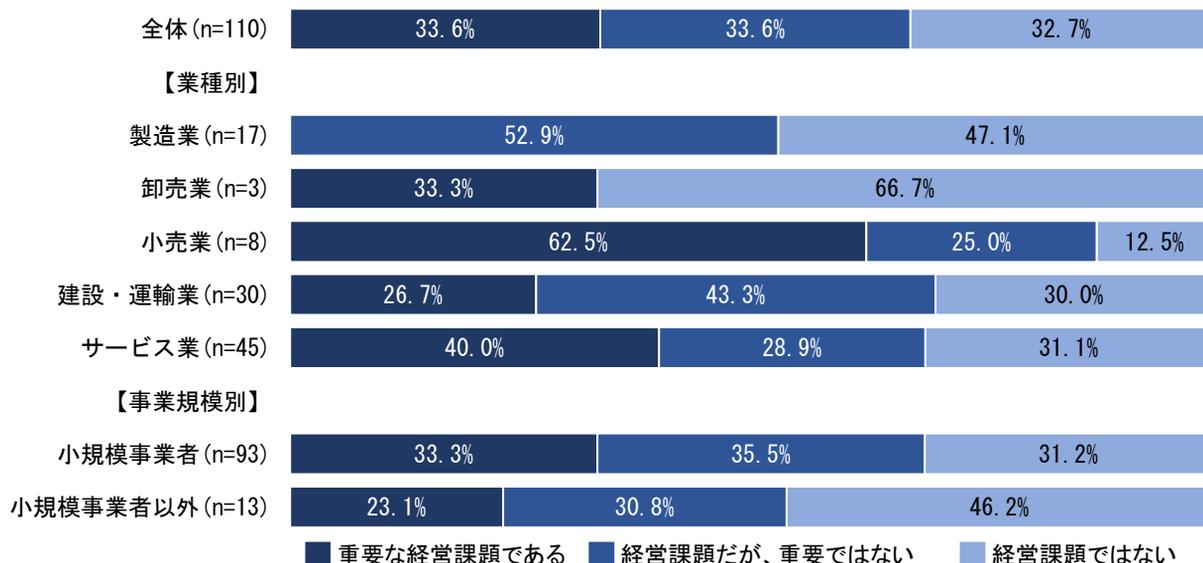


今後の人口減少が経営全般に与える影響

今後の人口減少が経営全般に与える影響についてみると、「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。

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。

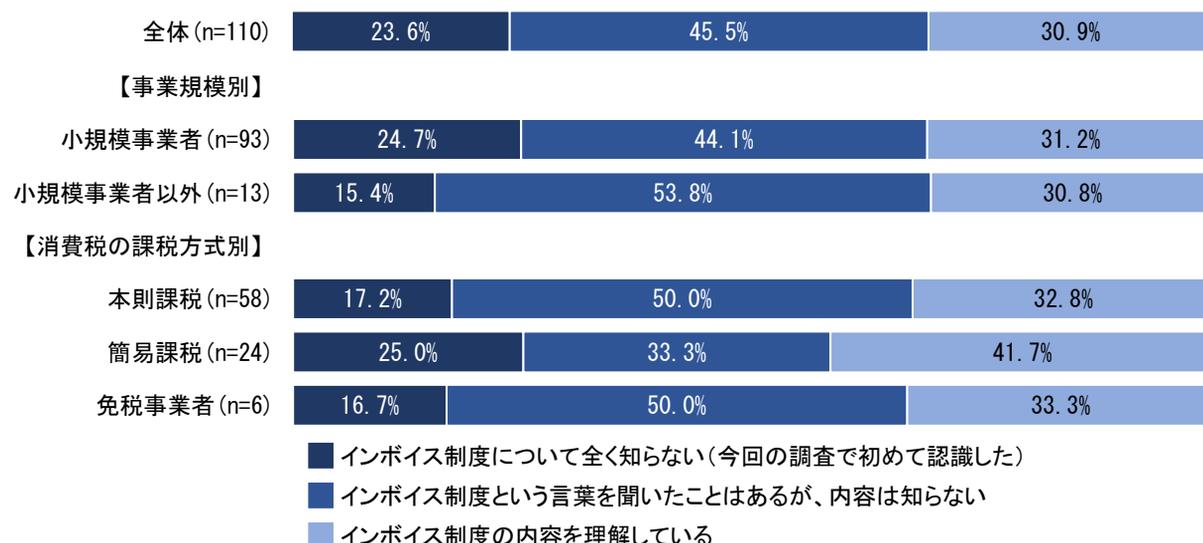


インボイス制度の認知度

インボイス制度の認知度をみると、「インボイス制度という言葉を知ったことはあるが、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。

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。

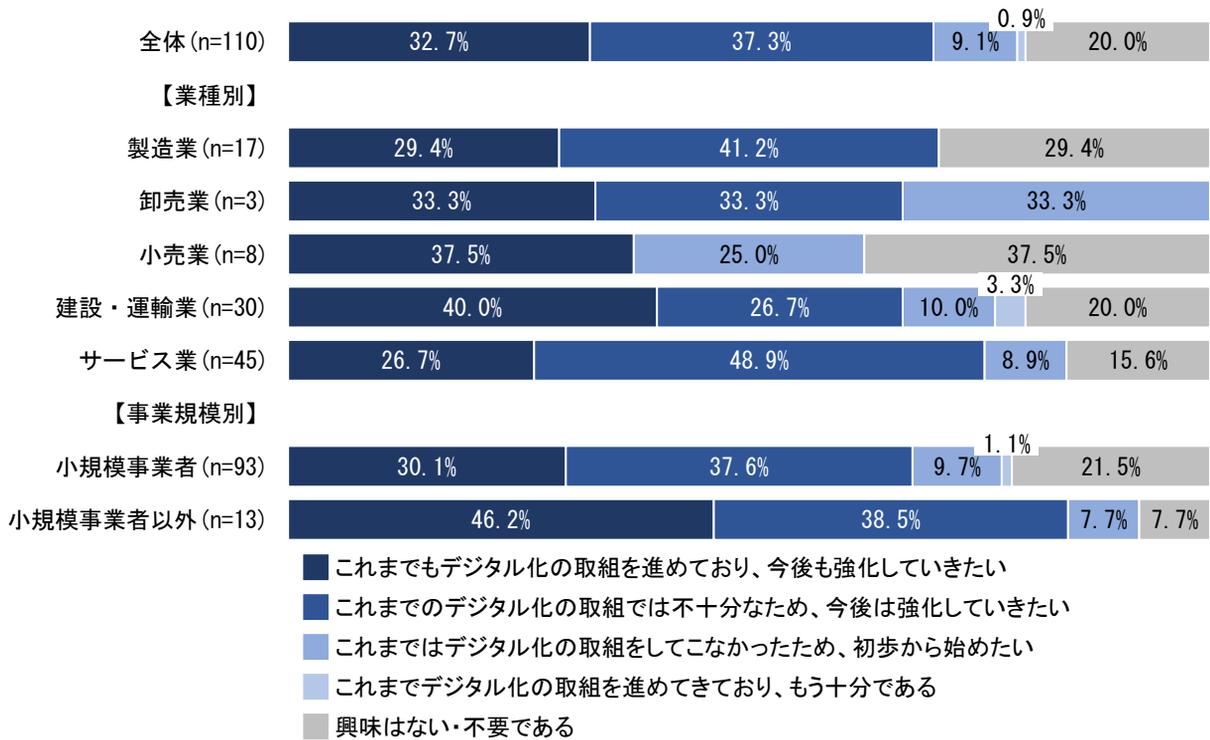


「デジタル化」の取組状況

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』は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。

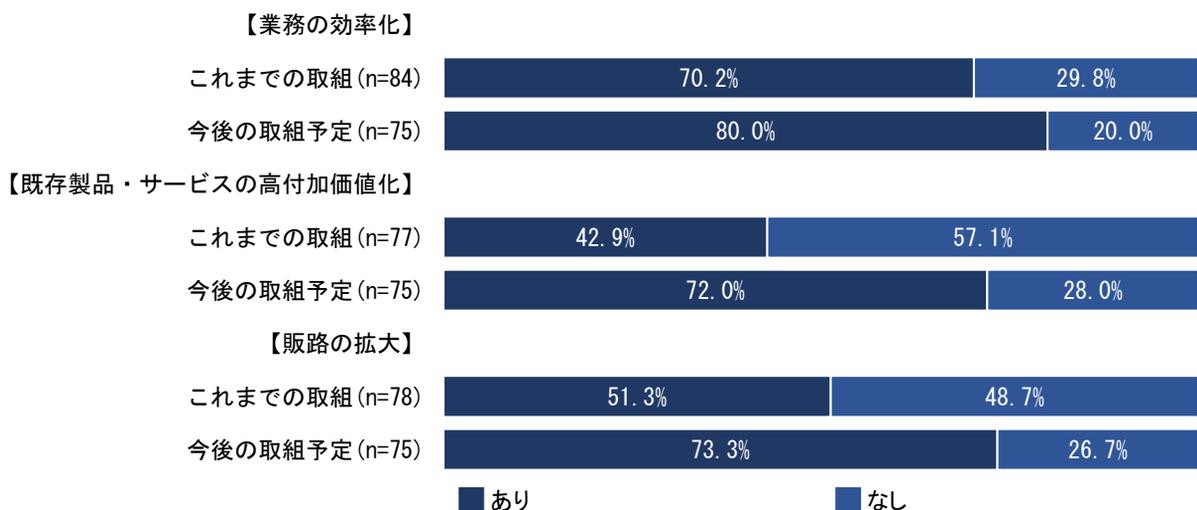
事業規模別では、デジタル化に消極的であると言われていた小規模事業者においても『強化していきたい』が67.7%も見られる。



「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。



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

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。

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。

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。

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た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。