

大 和 市 内
經 濟 動 向
調 查 報 告 書
(夏版)

令和4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	2
III 調査の結果	
1. 景況感	3
(1) 景況感	3
(2) 景況感（業種別）	4
(3) 景況感の全国比較	7
2. 経営上の問題点／課題	14
(1) 経営上の問題点／課題（上位5つまで）	14
3. 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について	15
(1) 新型コロナウイルス感染症の経営への影響	15
(2) どんな影響があったか（複数選択可）	16
(3) 2022年6月の売上高は、前年同期（2021年6月）を100%とすると、どの程度であったか	17
4. IT技術の利活用について	18
(1) 「デジタル化」の取組状況	18
(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	19
(3) 特に効果が大きかったデジタル化の取組	22
5. 原材料の価格高騰・不足について	24
(1) 原材料の価格高騰・不足の経営への影響の有無	24
(2) 原材料の価格高騰・不足によるコスト増加を販売価格に転嫁したか	24
(3) コスト増加を販売価格に転嫁できない理由（複数選択可）	25
(4) 原材料の価格高騰・不足に対する取組のうち、価格転嫁以外の経営努力（複数選択可）	25
6. 電子帳簿保存法について	26
(1) 改正 電子帳簿保存法について	26
(2) 改正 電子帳簿保存法への対応状況について	26
7. 大和商工会議所の活動	27
(1) 参加したいセミナー（複数回答可）	27

(2) 法改正関連の注意点をまとめたセミナーへの興味について	27
(3) その他、商工会議所にご要望等	28
8. 総括	29
(1) 景況感は全体として若干の悪化	29
(2) 6割超が「販売促進・販路開拓、または営業活動」を課題に	30
(3) 新型コロナウイルス感染症の影響が半数以上の事業者で継続	30
(4) 約7割の事業者が「デジタル化」の強化を検討	31
(5) 半数以上の事業者が原材料の価格高騰・不足に影響を受けている	32
(6) 約7割の事業者が「改正 電子帳簿保存法」について理解不足	33

IV 参考資料

1. 集計表	34
2. アンケート用紙	41

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、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、今年度も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、大和市の事業者の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、事業者提供だけでなく、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4年7月1日～令和4年7月28日
調査対象	管内中小企業
調査方法	WEBアンケート(メール・FAXによる配布—WEBでの回答)
配布数	906票
回収数	95票
有効回収率	10.5%

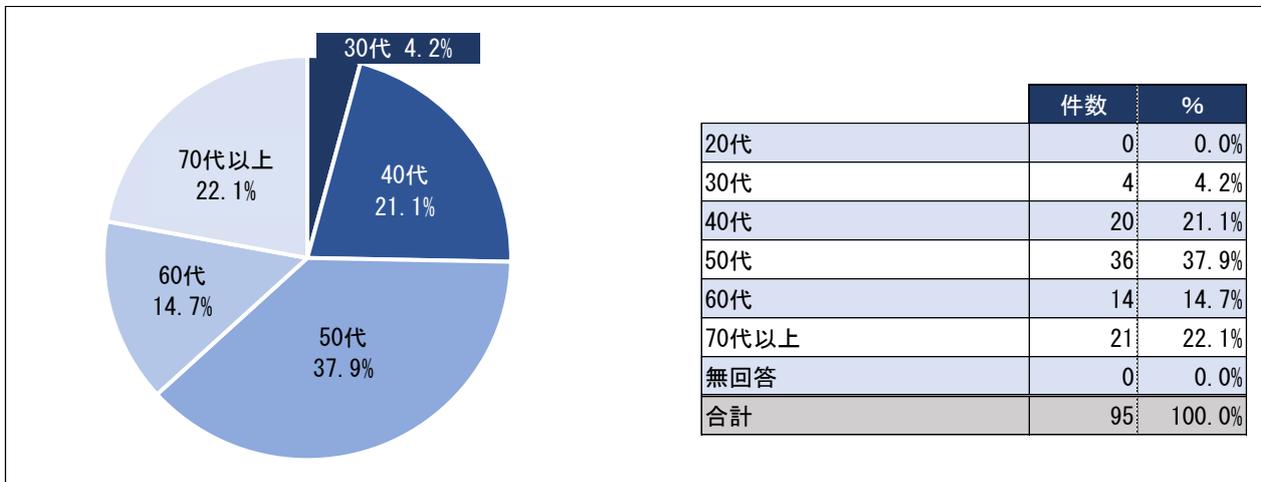
4. 本報告書の見方について

- (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) 業種別に分類されていない「その他」の業種があるため、業種別の合計と、全体数が異なる場合がある。
- (4) 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。
- (5) 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。
- (6) 「」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。
- (7) 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。

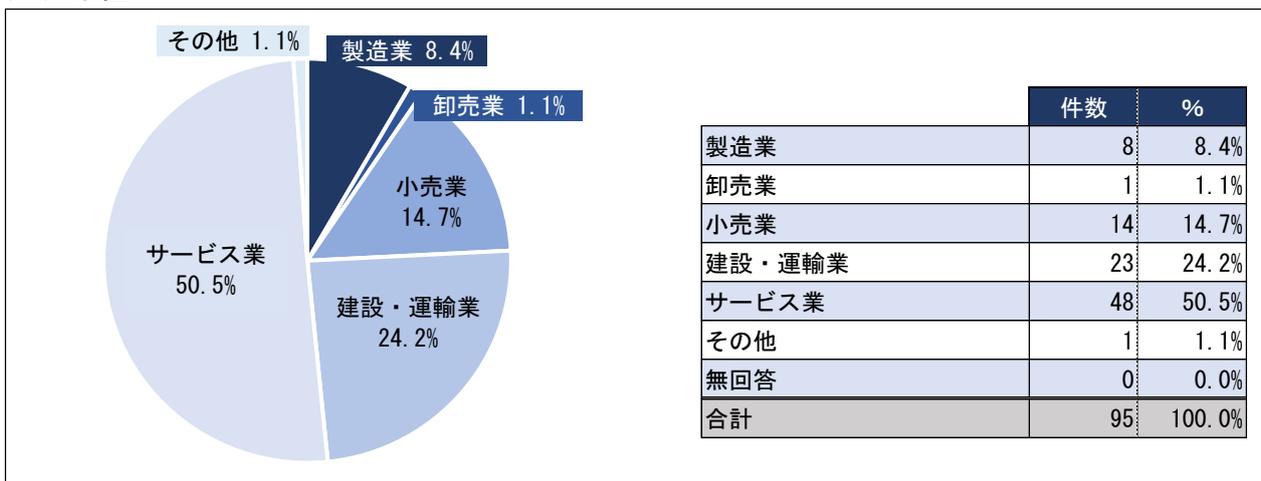
II 回答者の属性

1. 回答者の属性

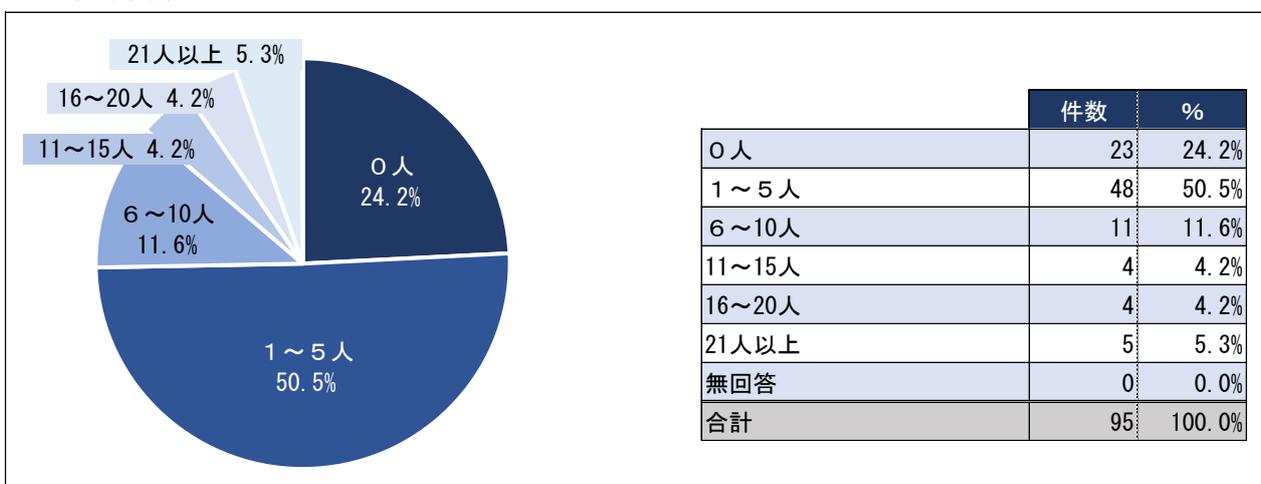
(1) 代表者年齢



(2) 業種



(3) 従業員数



- ・ 小規模事業者数 86 事業者（小規模事業者割合 90.5%）
- ・ 従業員基準により小規模事業者に該当しない事業者 9 事業者

Ⅲ 調査の結果

1. 景況感

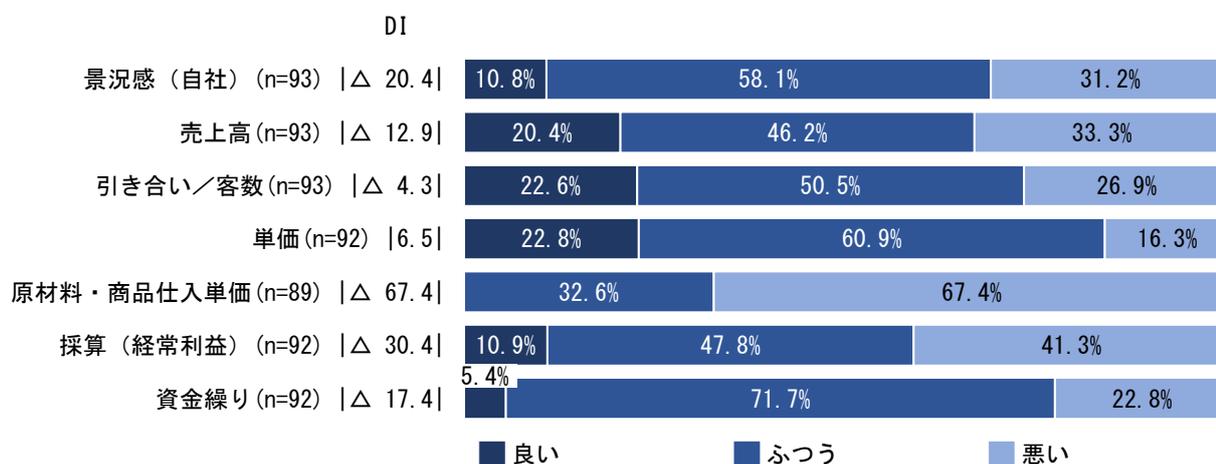
(1) 景況感

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。

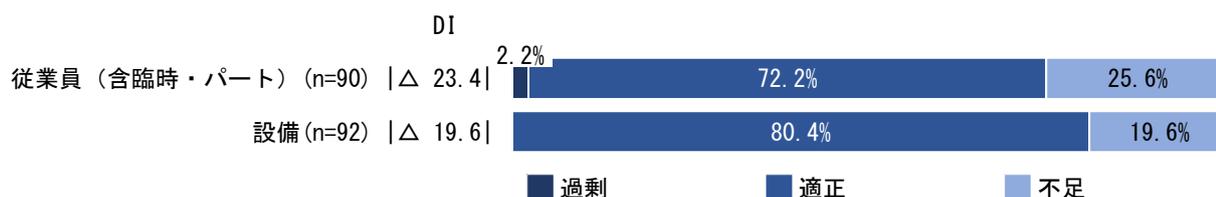
結果をみると、景況感DIが△20.4ポイントとマイナス値になっている。景況感が「悪化」していると感じている事業者が多いことがわかる。

また、売上高DIが△12.9ポイント、原材料・商品仕入単価DIが△67.4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△30.4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、72.2%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80.4%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

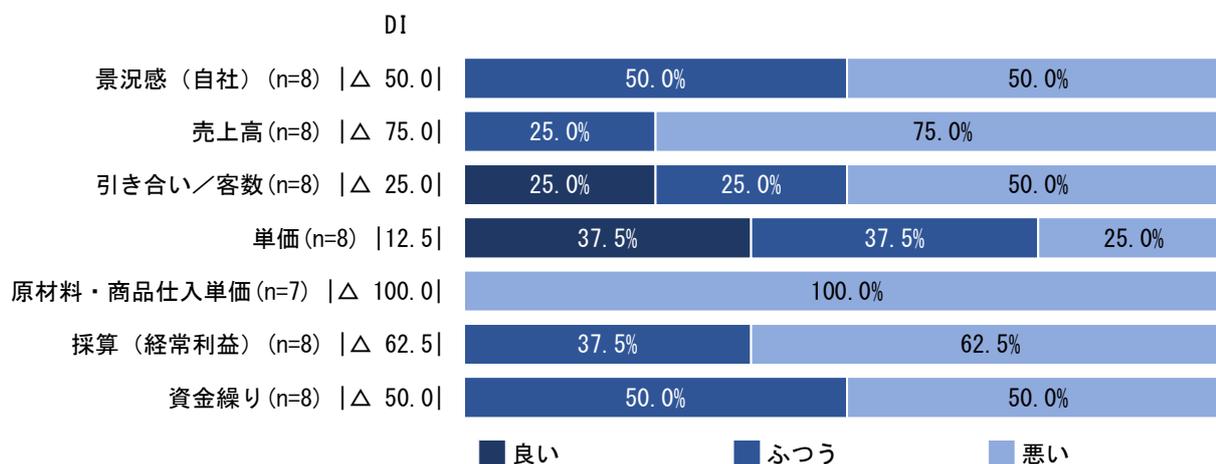
(2) 景況感（業種別）

①製造業（前年同期比）

景況感 DI は△50.0 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△75.0 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△100.0 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。



②卸売業（前年同期比）

すべての DI が 0.0 ポイントとなっている。

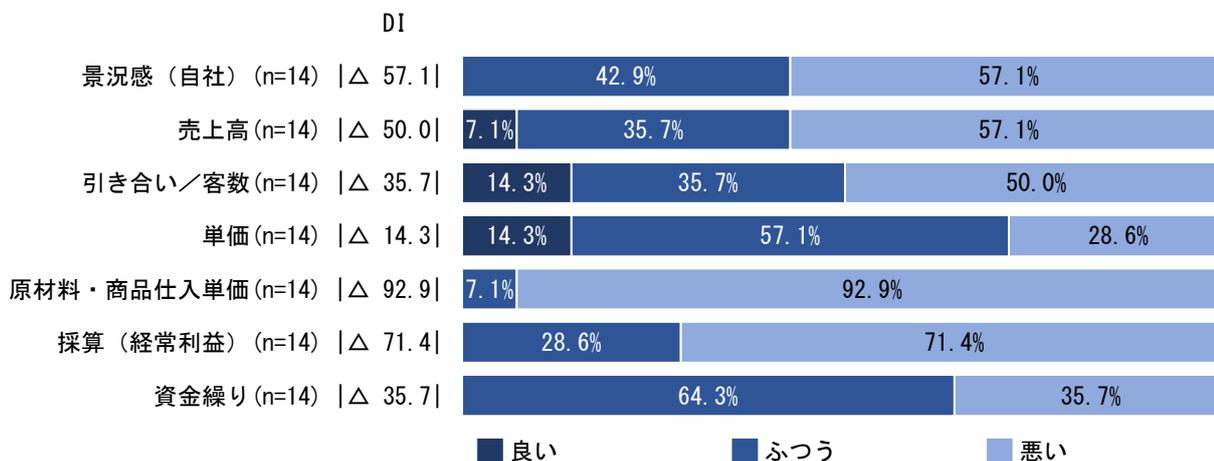
※回答数が 1 件のため、参考資料とする。



③小売業（前年同期比）

景況感 DI は△57.1 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△92.9 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△71.4 ポイントとマイナス値になっている。

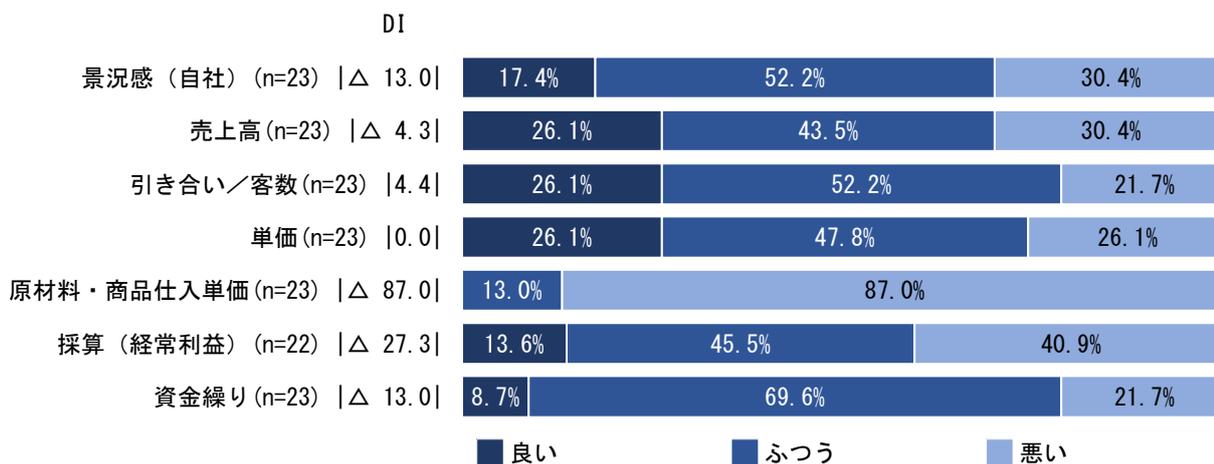


④建設・運輸業（前年同期比）

景況感 DI は△13.0 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△4.3 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△87.0 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△27.3 ポイントとマイナス値になっている。



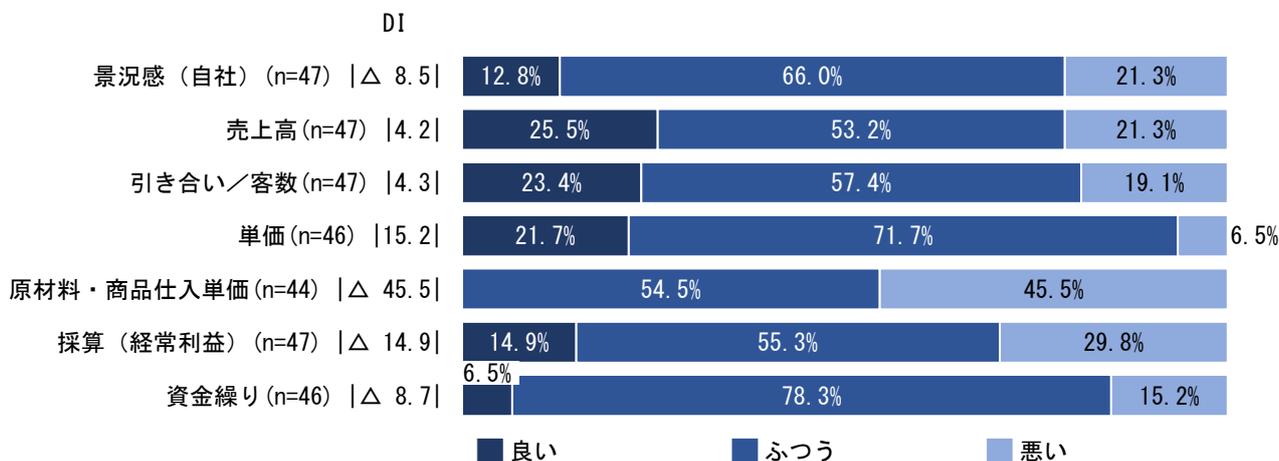
⑤サービス業（前年同期比）

景況感 DI は△8.5 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 4.2 ポイントとプラス値であり、売上が増加した事業者の割合が高い。

また、原材料・商品仕入単価 DI が△45.5 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△14.9 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

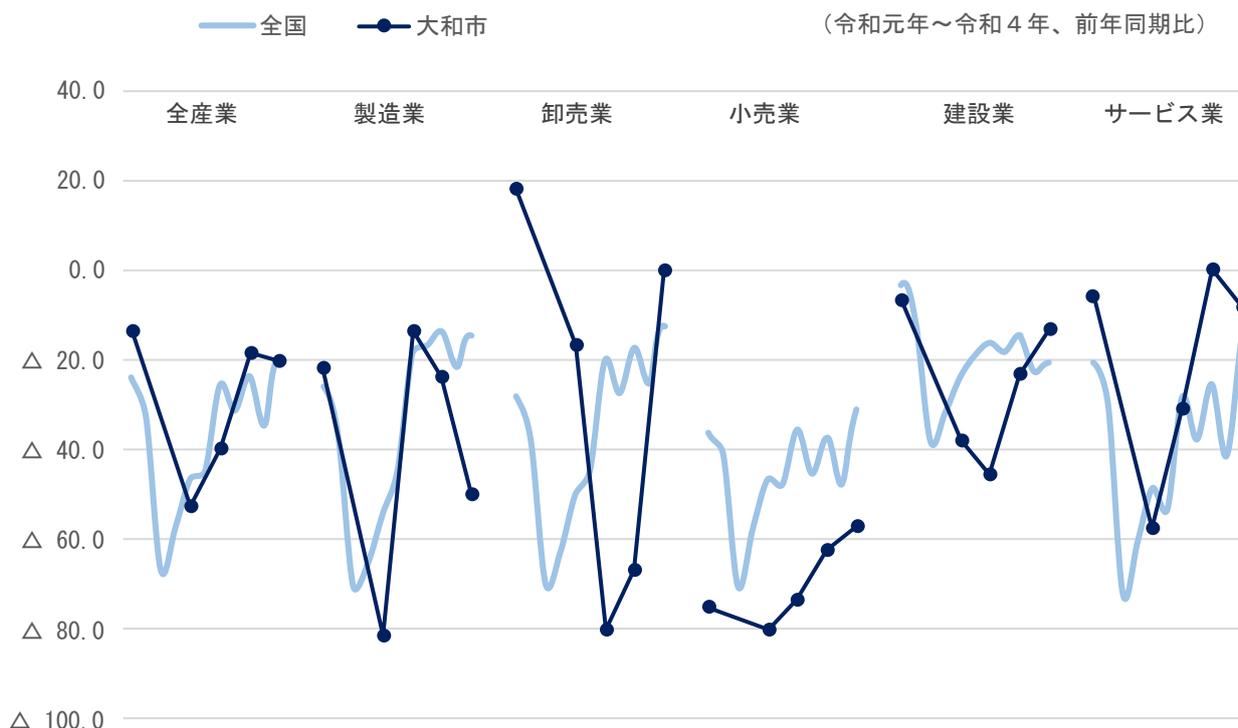
①景況感 DI

(ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の景況感 DI は、前期△18.5 から△20.4（前期差 1.9 ポイント減）と悪化した。

業種別にみると、卸売業で 0.0（前期差 66.7 ポイント増）、小売業で△57.1（前期差 5.4 ポイント増）、建設業で△13.0（前期差 10.3 ポイント増）と好転。一方、製造業で△50.0（前期差 26.4 ポイント減）、サービス業で△8.5（前期差 8.5 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、建設業、サービス業は全国値を上回り、製造業、小売業は下回っている。



※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（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	↑
令和4年夏	△ 20.4	↓	△ 50.0	↓	0.0	↑	△ 57.1	↑	△ 13.0	↑	△ 8.5	↓

(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	
建設業	カーボンニュートラルの策定の影響もあり、好転しているが、商品単価の値上げにつれて、工事請負単価はマイナス影響をうけている。半導体不足、資源不足の影響で発注から工事完了までの流れを長期的に考える必要がある
建設業	受注額、件数共に伸びています。仕入値も上昇しているが、価格に転嫁出来る件数も上昇しています。ただ、転嫁も限度があるので、仕入値が上昇し続けるようだと、冬場、年末が、厳しくなると、思います
建設業	半導体不足が徐々に解消して得意先の受注量が増加傾向にある
建設業	民間のお客様はおかげ様で増加しています。地元大和市の委託業務も、個人事業主の見積価格で間接費は無いに等しく地元業者は困っています
不動産業・生活関連サービス業	だいぶ良い
専門・技術サービス業	材料などの値上がりがあり、この後に響いてくる予想です。それに備えて、現行より販売単価の高いモノのリリースをすすめています。その効果もあり、展示会の成績などは少し上向きになりつつあります。取り扱い店さんからの制作依頼も増えてきています。この感じで推移してくれますと、運営に少し安心感がでてくる気持ちでいます。が、なかなかいまだ不安定な世の中ですね
その他サービス業	今のところ、昨年度よりは良い。コロナの鎮静化、緊急事態宣言・まん防解除、および猛暑により上向いてきています
その他サービス業	梅雨が早く開けた影響と、コロナ禍が落ち着いた影響か、お客様の申し込みが多く感じる。今後の様子はまだ不透明だが、売り上げは上がると感じている
その他サービス業	コロナ前、コロナ禍などに配布したチラシについて、以前にもらって今来ましたというような声が聞かれるようになり、コロナに対する恐怖や不安などが、ようやく薄れてきてコロナ前に近いような人の流れが出てきているように感じています

不変	
製造業	世界情勢
製造業	引き合い数や販売価格については増加・上昇傾向にありますが、仕入れ価格の上昇及び部品入手の遅延が前述の好材料を打ち消す形となり、業績が思うように向上しない状況になっています
製造業	コロナ以来の売り上げ減少が、中々改善せず
製造業	引き合いは国内外ともに多いが、原材料の調達ができず、受注残を大量に抱えている

不変	
小売業	南林間だけかもですが、夜が静かです
小売業	半導体不足が解消されて、販売商材が安定した仕入れを望む
建設業	材料代が高騰しているが、単価を極端に上げられていない。ここ数年コロナの影響もあり数字が上がらない
建設業	景気は、戻りつつあるが部材納期がでない為、工事が進められない
建設業	需要は高まり、反響は好調。需要の先取りかと感じる中、この先が心配
建設業	去年ストップした現場が動き始めただけで、新規物件が減少していると感じている
建設業	材料の値上げ、材料の納期が出ないなど、コロナ、戦争の影響が出ていると思う
建設業	しばらくのあいだ、景気はよくなりません
建設業	資材が高騰しているがなかなか受注金額に反映されない、結局採算が悪化している。またコロナや半導体、樹脂不足などで資材の納期が遅れがちで失注となったり工程がずれブッキングしたり仕事量の浮き沈みが激しい
建設業	仕入れ材の高騰
建設業	経済、感染症等で不況要因が多い中で休暇は多くなり、工期は長くなるが契約額は変わらず、人件費、協力業者費は増え工事出来高は上がらない為、悪化傾向に感じます。週休二日制、更に三日制が叫ばれ我々業界には若手社員が集まらない要素であり、賃金は上げられず、増々疲弊していく業種に感じられます。一次大手企業は対応できるかと思われませんが二次、三次の小規模業者は消滅して行くのではないのでしょうか
建設業	公共工事等減少していると感じる
飲食サービス業	コロナウイルスが増え危機感を感じています
不動産業・生活関連サービス業	一部テナントから、コロナ禍において、賃料の引き下げ要請等により、若干の影響は受けたものの、全体的には概ね業況は、著変なく推移している。現時点においては、賃料もコロナ前に戻っている
不動産業・生活関連サービス業	開業2年目なのでよく分かりません
金融業	コロナ禍が続いており、業種によって取引内容に差がある
専門・技術サービス業	コロナが落ち着く方向に向かい、音楽・イベント関連の業務量が戻りつつある
専門・技術サービス業	よくない
専門・技術サービス業	去年引っ越しをして資金繰りが大変だったが、現在はそれも落ち着き軌道に乗ってきた感じ。そんな中従業員が辞めてしまい、新しい従業員募集をしているが応募がない状態。とりあえずアルバイトで凌いでいます
その他サービス業	好転していく感が持てない
その他サービス業	コロナ初期は影響を受けたが、その後はあまり変化を感じない
その他サービス業	あまり、良いとは言えません

不変	
その他サービス業	士業自体は一般的には好不況の影響は受け難い。不況に晒される顧問先は厳しいと思います
その他サービス業	アルバイトの採用がしにくくなった
その他サービス業	景気と直結しない業界
その他サービス業	コロナ禍の影響で今後がわからない

悪化	
製造業	原材料の価格上昇を 100%製品へ反映できずにいる状況
製造業	コロナ禍+ロシアウクライナ戦争+物価高等々が影響して全く不況です
製造業	まだまだ好転する要素が少なく、特に海外事業に関しては再開する目途が立って無い状況です
小売業	出店店舗の減少、高齢者の買い物に対する意識の減少
小売業	円安により仕入れ価格が高騰。国内販売価格に転嫁できない
小売業	コロナ禍、円安が重なる為、かなり厳しい状況です。
建設業	対面での営業なのでコロナに関して、気になる方が多い
建設業	仕事の獲得に競争激化
建設業	コロナの終息
建設業	民間発注の仕事が例年と比べて、若干減少傾向にあります
飲食サービス業	安定した社会情勢でない部分で、継続した従来の生活へ戻るのか、新たな生活へ順応するか、又はさらに予想しない社会情勢に変わるのかという、状況下で自身もですが、顧客や取引先の試行錯誤をしていると感じています
飲食サービス業	とにかく仕入れと光熱費の高騰がすさまじい
専門・技術サービス業	コロナの影響、物価高の影響等で動きが悪い。集客イベント等の減少、日本人は安いモノしか買わない為、企業（得意先）も元気がないと感じる
専門・技術サービス業	固定客の来店頻度が下がっている。物販が以前ほど伸びない
専門・技術サービス業	仕事不足
専門・技術サービス業	コロナの影響だけではなく、不安を煽るような報道もあり、積極的に新しいことをしようとする人が減っている
その他サービス業	売上は少しずつ上がりながらも、資金融資の素早い行動をお願いしたい
その他サービス業	イベント、お祭り、商店街イベントがまだまだのようです
その他サービス業	コロナ禍はもちろんのこと、日本全体が不況感に包まれている気がする

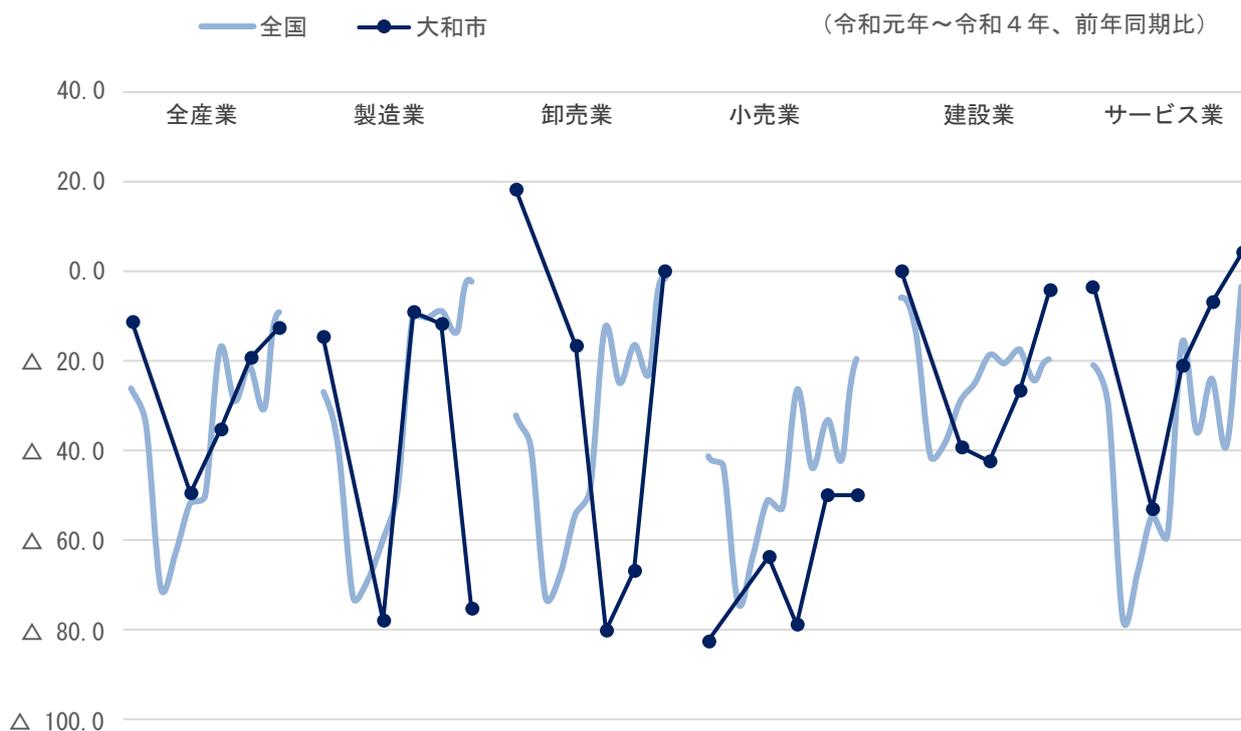
②売上高DI

(ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の売上高DIは、前期△19.5から△12.9（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66.7ポイント増）、建設業で△4.3（前期差22.4ポイント増）、サービス業で4.2（前期差11.0ポイント増）と好転。一方、製造業で△75.0（前期差63.2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、建設業、サービス業は全国値を上回り、製造業、小売業は下回っている。



(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	↑
令和4年夏	△ 12.9	↑	△ 75.0	↓	0.0	↑	△ 50.0	→	△ 4.3	↑	4.2	↑

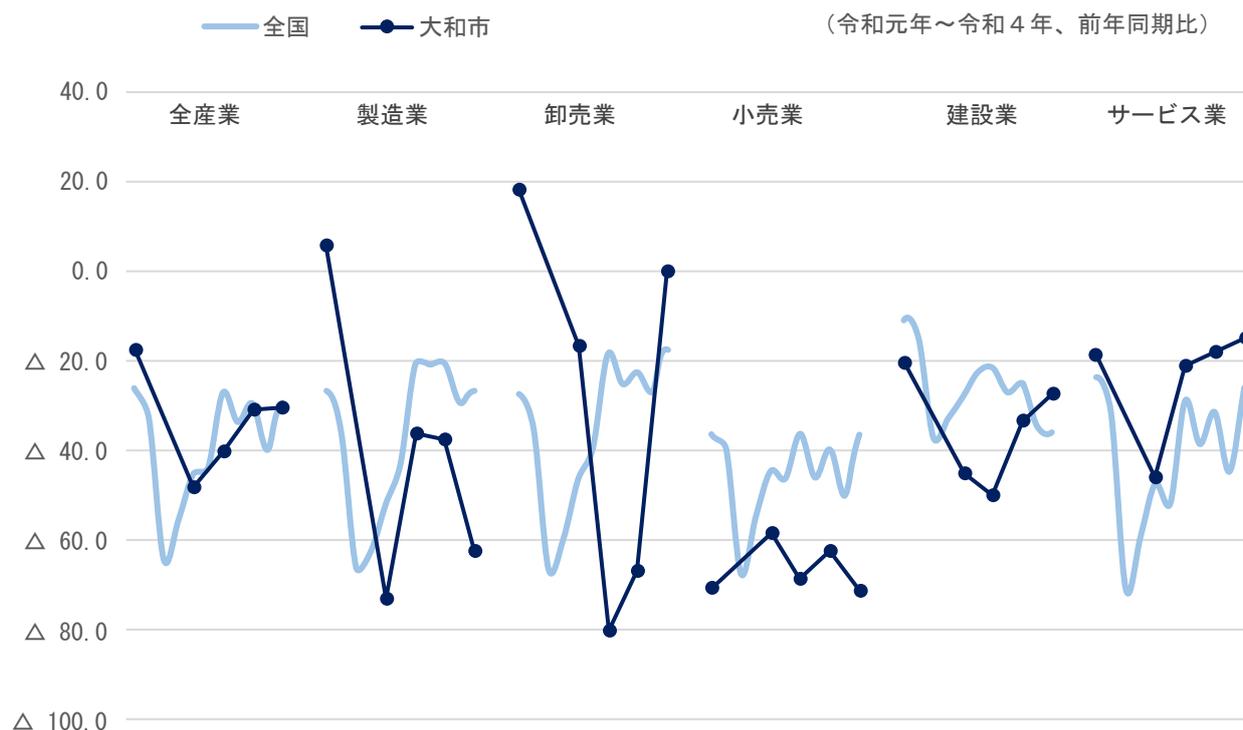
③採算（経常利益）DI

（ア）業種別の推移・全国比較

全産業の採算（経常利益）DIは、前期△30.9から△30.4（前期差0.5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66.7ポイント増）、建設業で△27.3（前期差6.1ポイント増）、サービス業で△14.9（前期差3.3ポイント増）と好転。一方、製造業で△62.5（前期差25.0ポイント減）、小売業で△71.4（前期差8.9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、建設業、サービス業は全国値を上回り、製造業、小売業は下回っている。



（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	↑
令和4年夏	△ 30.4	↑	△ 62.5	↓	0.0	↑	△ 71.4	↓	△ 27.3	↑	△ 14.9	↑

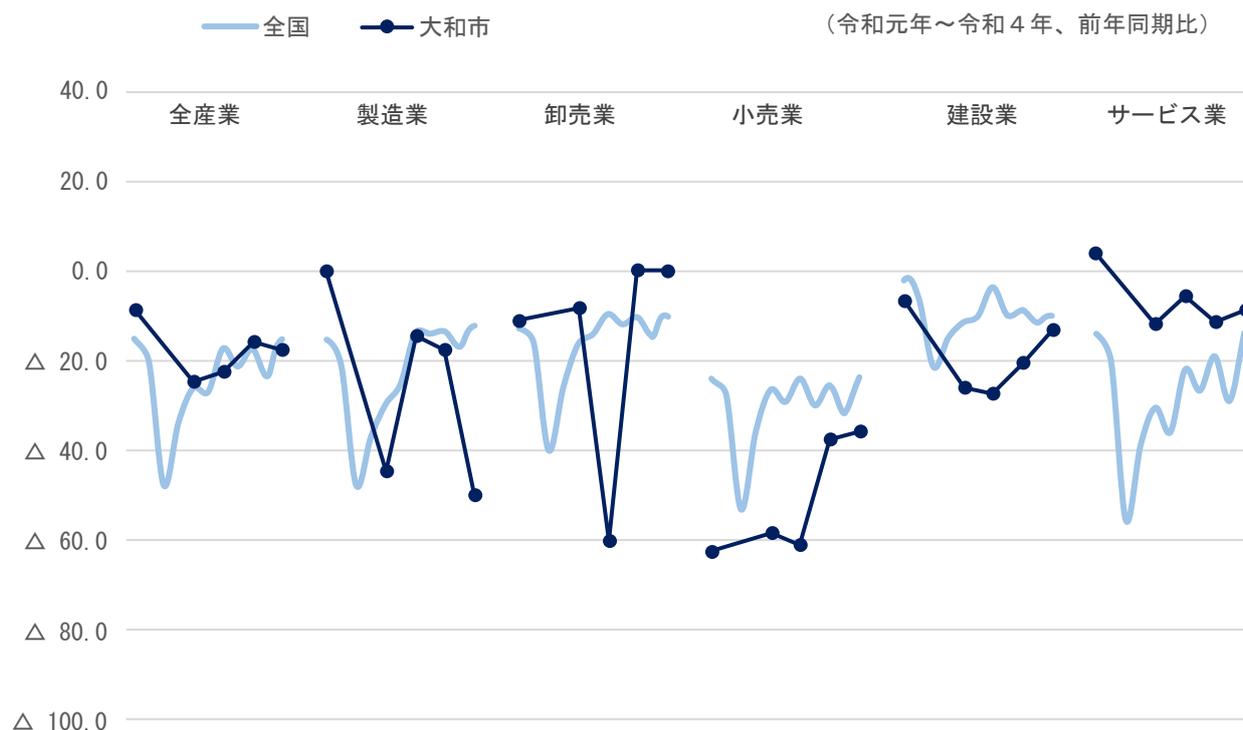
④資金繰りDI

(ア) 業種別の推移・全国比較

全産業の資金繰りDIは、前期△15.9から△17.4（前期差1.5ポイント減）と悪化した。

業種別にみると、小売業で△35.7（前期差1.8ポイント増）、建設業で△13.0（前期差7.7ポイント増）、サービス業で△8.7（前期差2.6ポイント増）と好転。一方、製造業で△50.0（前期差32.4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	↓
令和4年夏	△ 17.4	↓	△ 50.0	↓	0.0	→	△ 35.7	↑	△ 13.0	↑	△ 8.7	↑

2. 経営上の問題点／課題

(1) 経営上の問題点／課題（上位5つまで）

全体では、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が61.5%と最も高く、「人材・人員確保」が38.5%、「原材料や商品の仕入単価の上昇」が37.4%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」、小売業とサービス業で「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「販売促進・販路開拓、または営業活動」は、小規模事業者（64.6%）が小規模事業者以外（33.3%）を31.3ポイント上回っている。

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21.1%、前回の18.7%から今回は15.4%にさらに減少している。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=91)	業種別				
		製造 (n=8)	卸売 (n=1)	小売 (n=14)	建設・運輸 (n=23)	サービス (n=44)
販売促進・販路開拓、または営業活動	61.5%	62.5%	100.0%	85.7%	43.5%	61.4%
人材・人員確保	38.5%	50.0%	-	14.3%	69.6%	29.5%
原材料や商品の仕入単価の上昇	37.4%	75.0%	-	57.1%	52.2%	18.2%
業務の効率化	31.9%	25.0%	-	21.4%	39.1%	34.1%
資金繰り対策	24.2%	37.5%	-	21.4%	39.1%	15.9%
自社の強みの把握・活用	23.1%	12.5%	-	35.7%	17.4%	25.0%
新製品・サービスの開発	20.9%	62.5%	-	28.6%	-	22.7%
既存の製品・サービスの改善	15.4%	25.0%	-	28.6%	4.3%	15.9%
新型コロナウイルス感染症への対応	15.4%	12.5%	-	28.6%	21.7%	9.1%
ブランディング	14.3%	37.5%	-	-	8.7%	18.2%
顧客ニーズの把握	13.2%	12.5%	-	7.1%	13.0%	15.9%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	12.1%	12.5%	-	14.3%	30.4%	2.3%
建物・設備等の老朽化	11.0%	25.0%	-	7.1%	17.4%	6.8%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11.0%	-	-	-	4.3%	20.5%
その他	3.3%	-	-	-	-	6.8%

	全体 (n=91)	事業規模別		前回・前々回比較	
		小規模 (n=82)	小規模以外 (n=9)	R3冬 (n=107)	R3夏 (n=123)
販売促進・販路開拓、または営業活動	61.5%	64.6%	33.3%	43.0%	53.7%
人材・人員確保	38.5%	32.9%	88.9%	47.7%	43.9%
原材料や商品の仕入単価の上昇	37.4%	36.6%	44.4%	29.0%	32.5%
業務の効率化	31.9%	26.8%	77.8%	32.7%	30.1%
資金繰り対策	24.2%	25.6%	11.1%	24.3%	17.9%
自社の強みの把握・活用	23.1%	24.4%	11.1%	17.8%	24.4%
新製品・サービスの開発	20.9%	19.5%	33.3%	22.4%	17.1%
既存の製品・サービスの改善	15.4%	13.4%	33.3%	16.8%	22.0%
新型コロナウイルス感染症への対応	15.4%	14.6%	22.2%	18.7%	21.1%
ブランディング	14.3%	15.9%	-	7.5%	8.1%
顧客ニーズの把握	13.2%	14.6%	-	13.1%	15.4%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	12.1%	12.2%	11.1%	24.3%	23.6%
建物・設備等の老朽化	11.0%	12.2%	-	17.8%	24.4%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11.0%	11.0%	11.1%	11.2%	12.2%
その他	3.3%	3.7%	-	4.7%	0.8%

<「その他」の回答>

業種	回答
その他サービス業	顧客ニーズへの対応力が最大の課題
その他サービス業	現在は現金のみでやらせていただいておりますが、今後キャッシュレスが当たり前になっていく中で、現金のみの取り扱いが厳しいようであればキャッシュレス化も必要かなと時期を見えています
その他サービス業	人が集合する業務なので仕事が減少

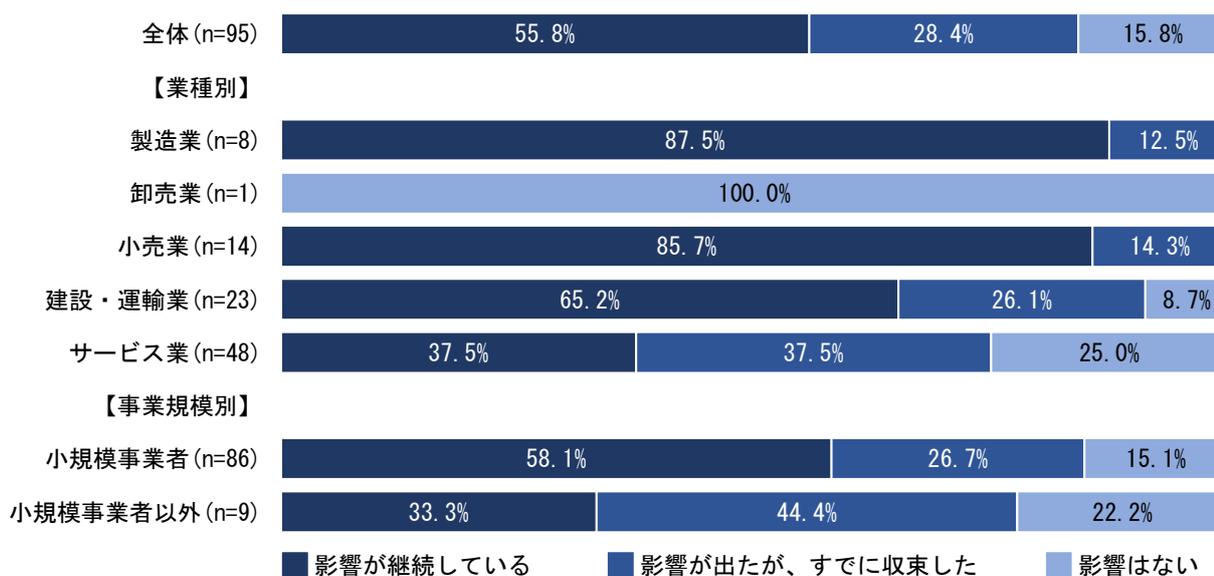
3. 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について

(1) 新型コロナウイルス感染症の経営への影響

全体では、「影響が継続している」が 55.8%と最も高く、「影響が出たが、すでに収束した」が 28.4%、「影響はない」が 15.8%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 8割を超えている。

事業規模別では「影響が継続している」は、小規模事業者（58.1%）が小規模事業者以外（33.3%）を 24.8ポイント上回っている。



(2) どのような影響があったか（複数選択可）

※(1)で「影響が継続している」と回答した方に質問

全体では、「売上の減少」が75.5%と最も高く、「材料や資材の仕入れが困難」が35.8%、「イベント、展示会の延期・中止」が24.5%と続いている。

業種別では、製造業で「材料や資材の仕入れが困難」が85.7%と最も高くなっている。

事業規模別では「売上の減少」は、小規模事業者（78.0%）が小規模事業者以外（33.3%）を44.7ポイント上回っている。

	全体 (n=53)	業種別				
		製造 (n=7)	卸売 (n=0)	小売 (n=12)	建設・運輸 (n=15)	サービス (n=18)
売上の減少	75.5%	71.4%	-	91.7%	73.3%	72.2%
材料や資材の仕入れが困難	35.8%	85.7%	-	25.0%	46.7%	16.7%
イベント、展示会の延期・中止	24.5%	28.6%	-	41.7%	6.7%	27.8%
商談の延期・中止	22.6%	42.9%	-	16.7%	20.0%	16.7%
資金繰りの悪化	20.8%	28.6%	-	8.3%	20.0%	27.8%
取引先の事業停止や倒産	18.9%	14.3%	-	16.7%	13.3%	22.2%
営業時間（日数）の減少	17.0%	14.3%	-	16.7%	26.7%	11.1%
出張の延期・中止	13.2%	42.9%	-	8.3%	-	16.7%
その他	3.8%	-	-	-	13.3%	-

	全体 (n=53)	事業規模別	
		小規模 (n=50)	小規模以外 (n=3)
売上の減少	75.5%	78.0%	33.3%
材料や資材の仕入れが困難	35.8%	36.0%	33.3%
イベント、展示会の延期・中止	24.5%	24.0%	33.3%
商談の延期・中止	22.6%	24.0%	-
資金繰りの悪化	20.8%	22.0%	-
取引先の事業停止や倒産	18.9%	20.0%	-
営業時間（日数）の減少	17.0%	16.0%	33.3%
出張の延期・中止	13.2%	10.0%	66.7%
その他	3.8%	4.0%	-

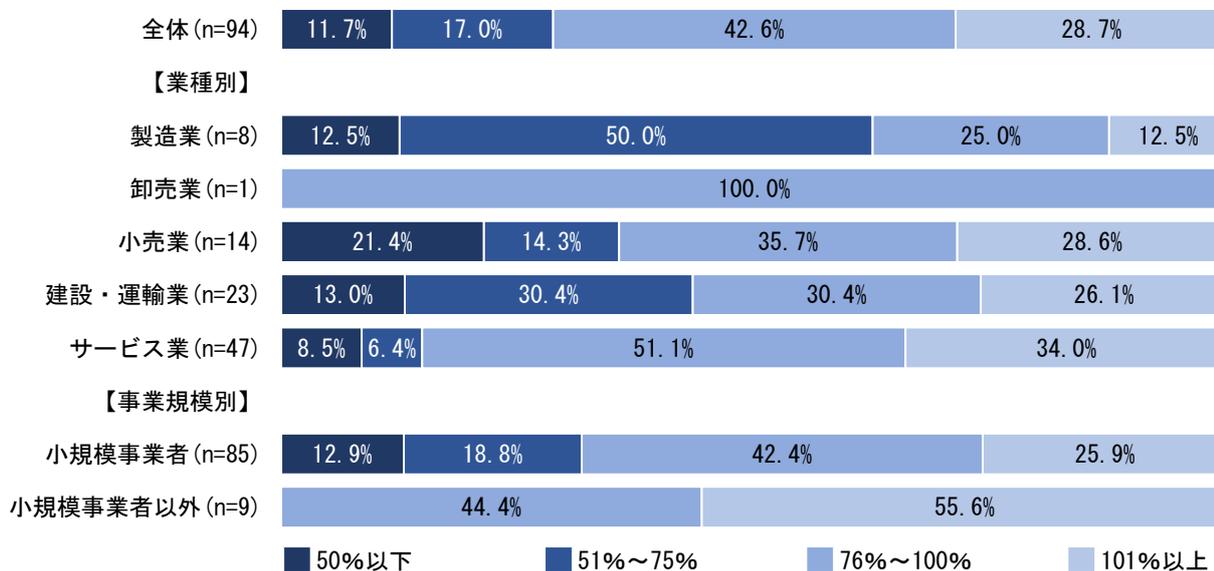
<「その他」の回答>

業種	回答
建設業	工期延伸による売上延伸
建設業	営業時間の減少でなく作業時間（実質）の減少

(3) 2022年6月の売上高は、前年同期(2021年6月)を100%とすると、どの程度であったか

全体では、「76%~100%」が42.6%と最も高く、「101%以上」が28.7%、「51%~75%」が17.0%と続いている。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、サービス業で「101%以上」が34.0%と高くなっている。



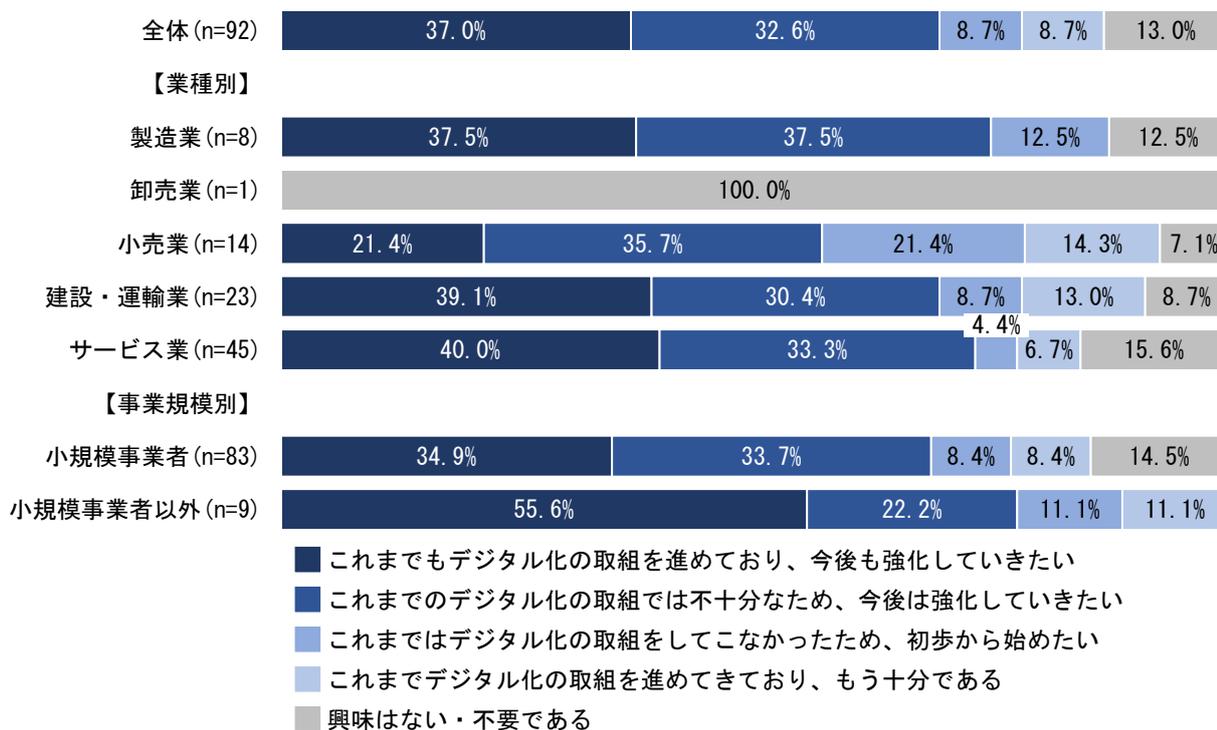
4. IT技術の利活用について

(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37.0%と最も高く、「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32.6%、「興味はない・不要である」が13.0%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69.6%となっている。

業種別では、製造業で『強化していきたい』が75.0%と高くなっている。

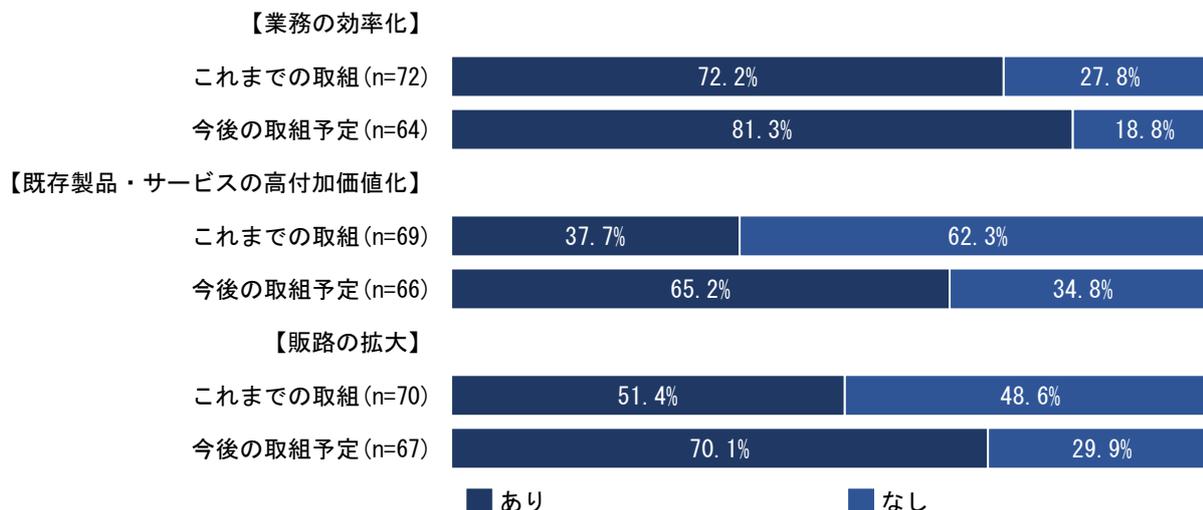
事業規模別では、デジタル化に消極的であると言われている小規模事業者においても『強化していきたい』が68.6%も見られる。



(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

※(1)で「興味はない・不要である」以外を回答した方に質問

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〈業務の効率化〉は、すでに取り組んでいる割合が7割超となっている。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。



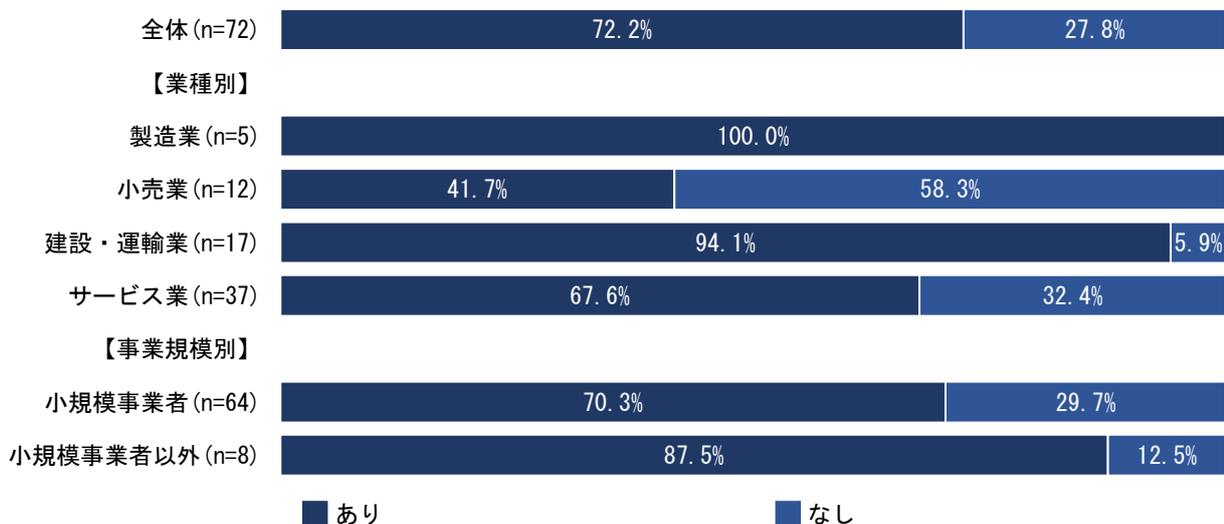
①これまで取り組んできたデジタル化の有無

(ア) 業務の効率化

全体では、「あり」が72.2%、「なし」が27.8%となっている。

業種別では、製造業で「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(87.5%)が小規模事業者(70.3%)を17.2ポイント上回っている。

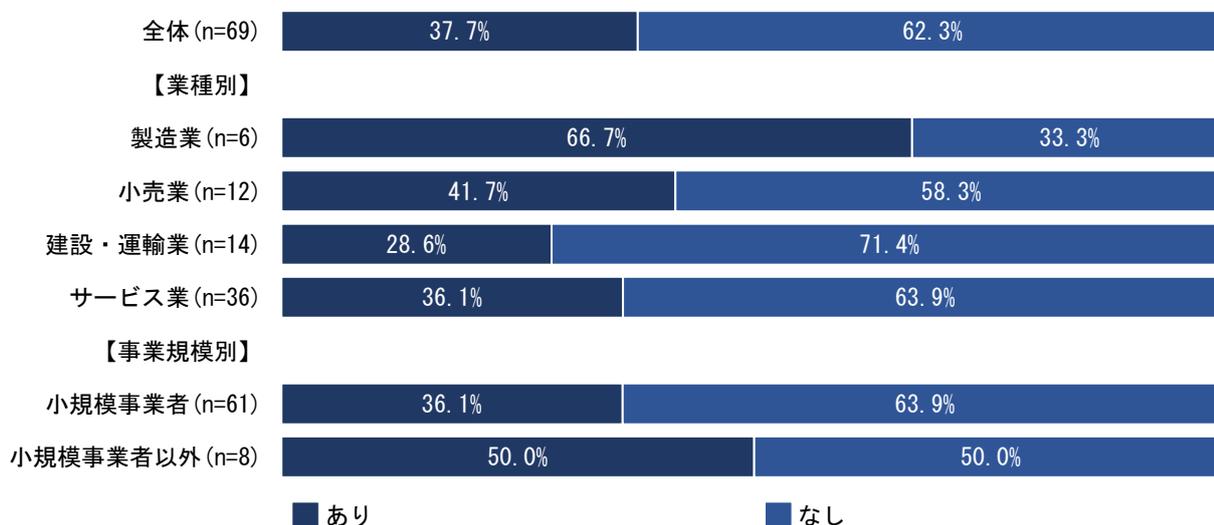


(イ) 既存製品・サービスの高付加価値化

全体では、「あり」が37.7%、「なし」が62.3%となっている。

業種別では、製造業で「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（50.0%）が小規模事業者（36.1%）を13.9ポイント上回っている。

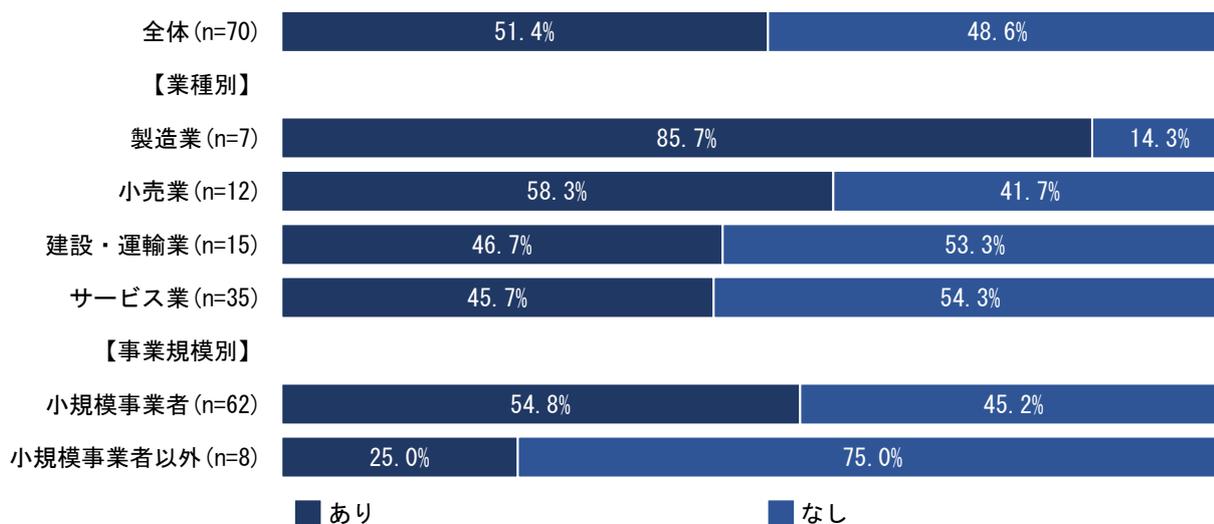


(ウ) 販路の拡大

全体では、「あり」が51.4%、「なし」が48.6%となっている。

業種別では、製造業で「あり」が85.7%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（54.8%）が小規模事業者以外（25.0%）を29.8ポイント上回っている。



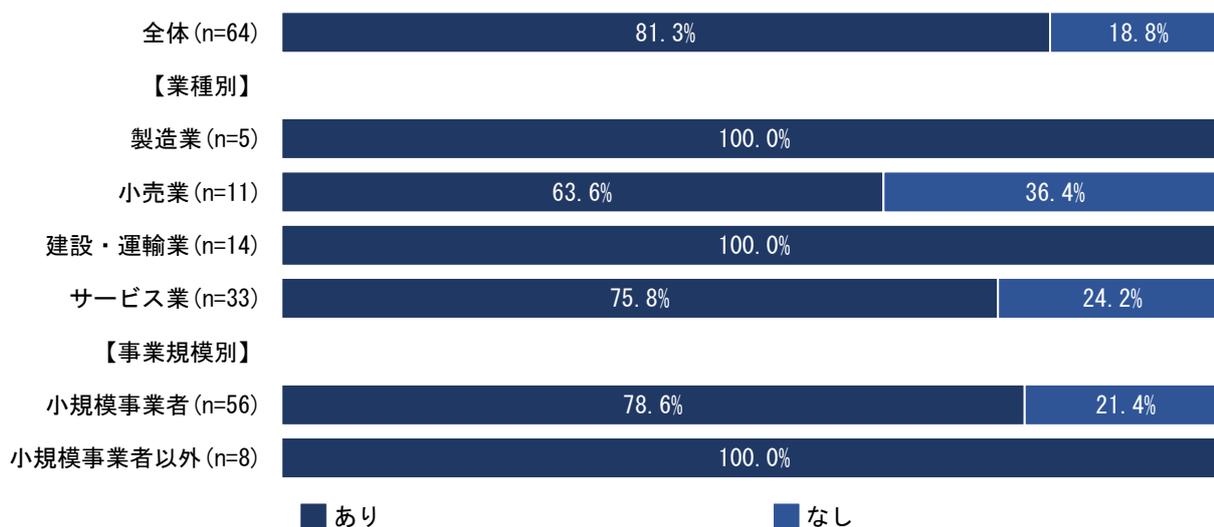
②今後取り組みたいと考えるデジタル化の有無

(ア) 業務の効率化

全体では、「あり」が81.3%、「なし」が18.8%となっている。

業種別では、製造業と建設・運輸業で「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（100.0%）が小規模事業者（78.6%）を21.4ポイント上回っている。

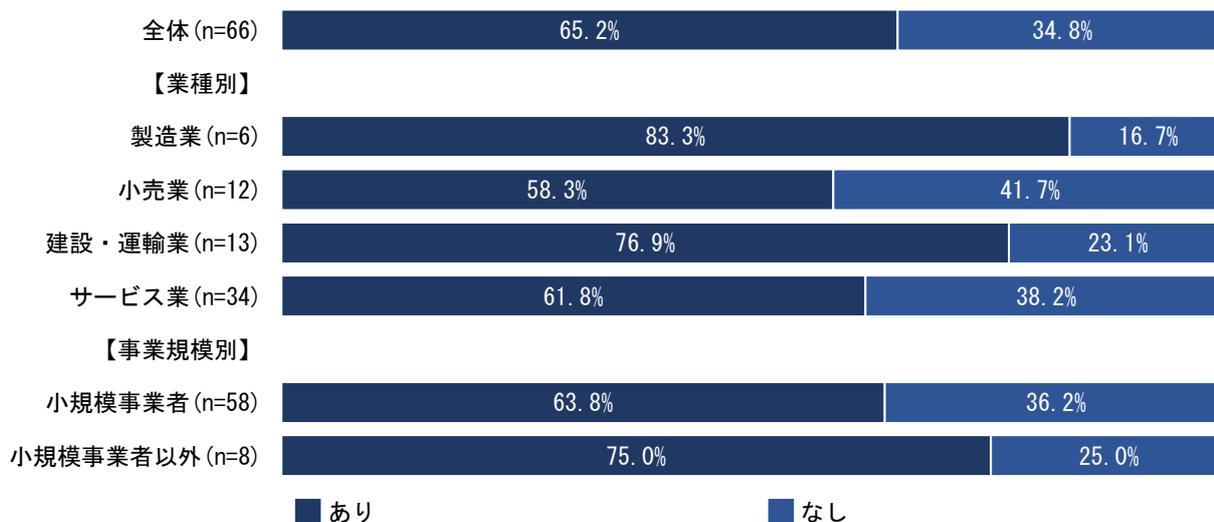


(イ) 既存製品・サービスの高付加価値化

全体では、「あり」が65.2%、「なし」が34.8%となっている。

業種別では、製造業で「あり」が83.3%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（75.0%）が小規模事業者（63.8%）を11.2ポイント上回っている。



業種	回答
飲食サービス業	社内のペーパーレス化、どこでもオンラインで管理業務や情報共有ができるという所
不動産業・生活関連サービス業	自動予約システムの導入
不動産業・生活関連サービス業	SNS の活用による社員間の連携強化
不動産業・生活関連サービス業	ホームページの開発
金融業	ペーパーレス
専門・技術サービス業	会社の業務を在宅でも問題なく行えるようにした
専門・技術サービス業	スマホを使った販促ツール導入
専門・技術サービス業	ホームページの作成、タブレットを利用による付加価値の向上
専門・技術サービス業	オンラインプレゼン
専門・技術サービス業	予約システムをホームページに作った
専門・技術サービス業	クラウド活用による分散型の作業
専門・技術サービス業	顧客の住所や購買履歴やヒトのつながりをデータ管理化することで、DM 発送などのスピードアップや、効果的な配布ができてきています。可能な時は、イベント会場まわりの町紹介なども同封して、時間差があっても活性化する狙いもしています。デジタル化に見えづらい、手作り風味が好きです。
その他サービス業	ホームページ集客
その他サービス業	会計ソフト、帳票類作成ソフトの導入
その他サービス業	オンラインでのお見合、面談
その他サービス業	紙媒体とネットお客様の効果が出来てきているものの、少し不十分でもう少し時間が必要
その他サービス業	キャッシュレス決済の導入
その他サービス業	最終的には、来店を促し面談し、絵画作品を見ていただきたく、集客力を高めることに IT を使って行きたい
その他サービス業	キャッシュレス決済の導入、SNS の活用
その他サービス業	クラウドサービスの活用
その他サービス業	オンライン授業の対応

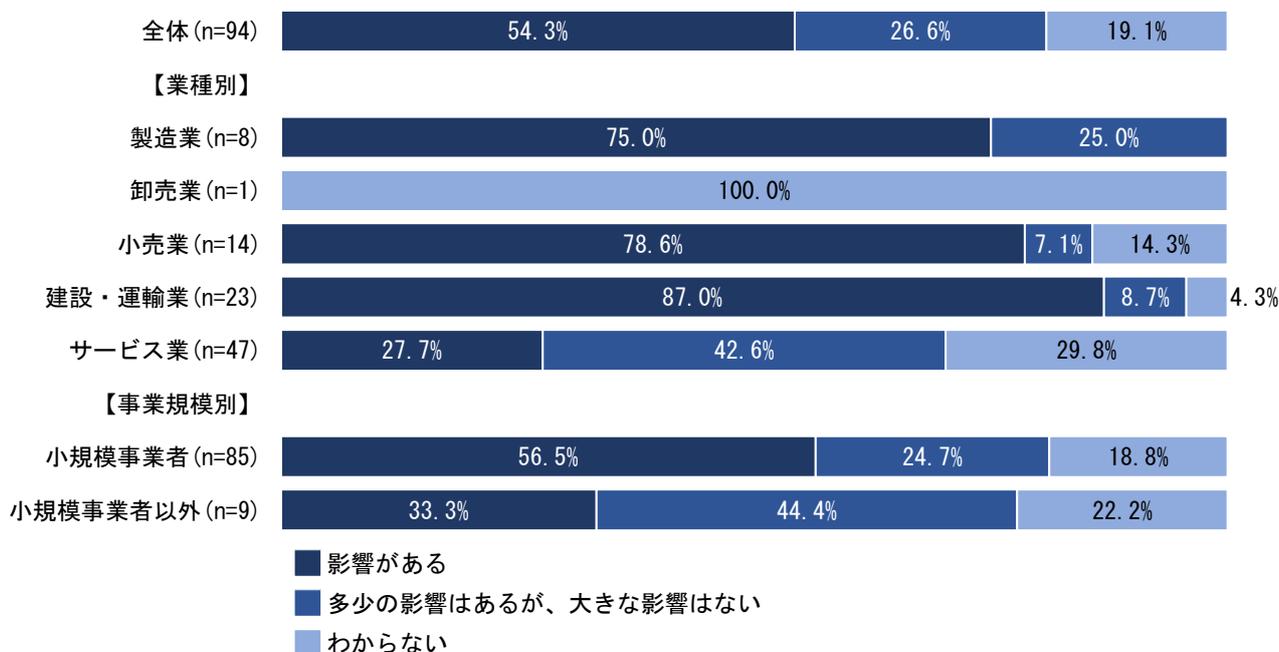
5. 原材料の価格高騰・不足について

(1) 原材料の価格高騰・不足の経営への影響の有無

全体では、「影響がある」が54.3%と最も高く、「多少の影響はあるが、大きな影響はない」が26.6%、「わからない」が19.1%と続いている。

業種別では、建設・運輸業で「影響がある」が87.0%と最も高くなっている。

事業規模別では「影響がある」は、小規模事業者（56.5%）が小規模事業者以外（33.3%）を23.2ポイント上回っている。

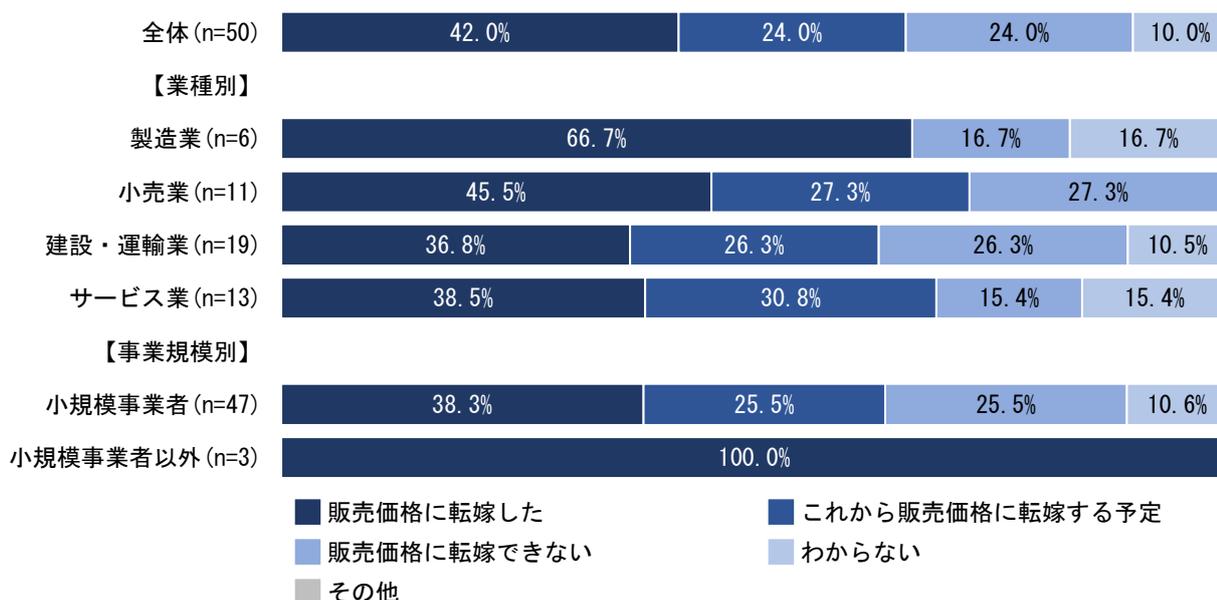


(2) 原材料の価格高騰・不足によるコスト増加を販売価格に転嫁したか

※ (1) で「影響がある」と回答した方に質問

全体では、「販売価格に転嫁した」が42.0%と最も高く、「これから販売価格に転嫁する予定」と「販売価格に転嫁できない」が、それぞれ24.0%と続いている。

業種別では、製造業で「販売価格に転嫁した」が66.7%と最も高くなっている。



(3) コスト増加を販売価格に転嫁できない理由（複数選択可）

※（2）で「販売価格に転嫁できない」と回答した方に質問

全体では、「取引先に価格決定権があるため」が45.5%と最も高く、「同業者との横並びを基準に価格を決定するため」が27.3%、「自助努力でカバーできるため」が18.2%と続いている。

	全体 (n=11)	業種別				
		製造 (n=1)	卸売 (n=0)	小売 (n=3)	建設・運輸 (n=4)	サービス (n=2)
取引先に価格決定権があるため	45.5%	100.0%	-	-	25.0%	100.0%
同業者との横並びを基準に価格を決定するため	27.3%	-	-	33.3%	50.0%	-
自助努力でカバーできるため	18.2%	-	-	33.3%	-	50.0%
経営方針や戦略に値上げがそぐわないため	9.1%	-	-	-	25.0%	-
キリのいい金額で販売するため	9.1%	-	-	-	-	50.0%
その他	9.1%	-	-	33.3%	-	-

<「その他」の回答>

業種	回答
小売業	ガソリンが上がってもそもそも配送代を頂いていないので

(4) 原材料の価格高騰・不足に対する取組のうち、価格転嫁以外の経営努力（複数選択可）

※（1）で「影響がある」と回答した方に質問

全体では、「合理化・経費削減」が55.3%と最も高く、「仕入先と交渉」が51.1%、「仕入先の変更」が29.8%と続いている。

業種別では、建設・運輸業で「仕入先と交渉」が63.2%と高くなっている。

	全体 (n=47)	業種別					事業規模別	
		製造 (n=4)	卸売 (n=0)	小売 (n=11)	建設・運輸 (n=19)	サービス (n=12)	小規模 (n=45)	小規模以外 (n=2)
合理化・経費削減	55.3%	50.0%	-	63.6%	47.4%	58.3%	53.3%	100.0%
仕入先と交渉	51.1%	75.0%	-	36.4%	63.2%	41.7%	51.1%	50.0%
仕入先の変更	29.8%	75.0%	-	27.3%	31.6%	16.7%	28.9%	50.0%
対策していない	14.9%	-	-	27.3%	10.5%	16.7%	15.6%	-
その他	4.3%	-	-	-	-	16.7%	4.4%	-

<「その他」の回答>

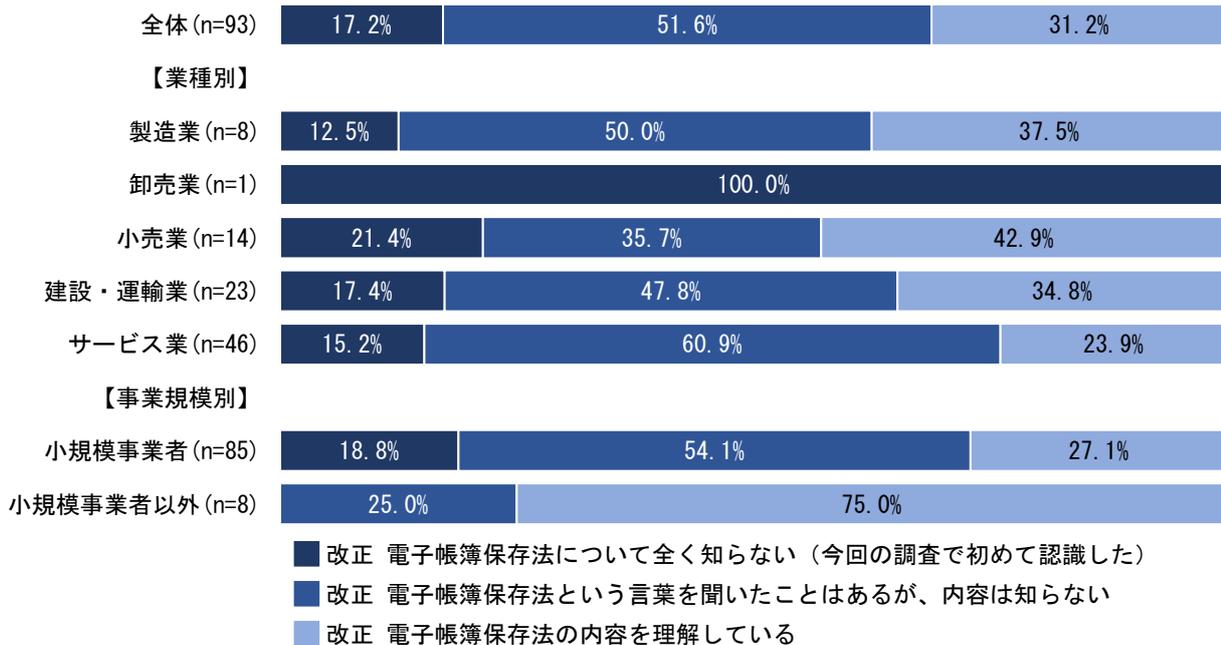
業種	回答
不動産業・生活関連サービス業	不動産物件の査定を高め設定する
専門・技術サービス業	1番したいのが、お客様に理解していただける新作の発表を続けることです

6. 電子帳簿保存法について

(1) 改正 電子帳簿保存法について

全体では、「改正 電子帳簿保存法という言葉を知ったことはあるが、内容は知らない」が 51.6%と最も高くなっている。また、「改正 電子帳簿保存法について全く知らない(今回の調査で初めて認識した)」と「改正 電子帳簿保存法という言葉を知ったことはあるが、内容は知らない」を合わせた『改正 電子帳簿保存法について知らない』は 68.8%となっている。

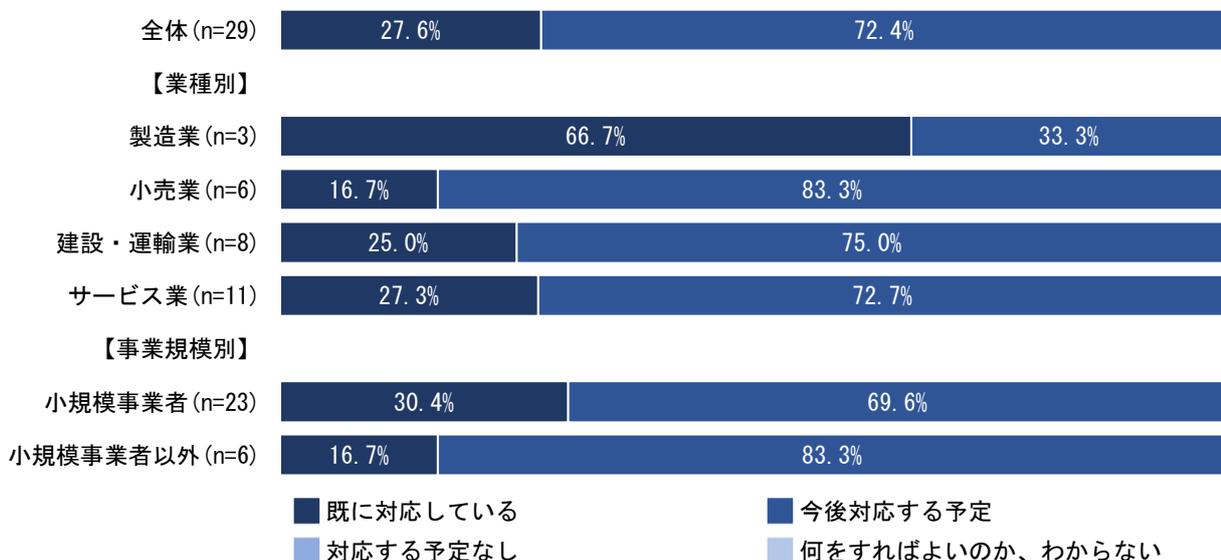
事業規模別では『改正 電子帳簿保存法について知らない』は、小規模事業者(72.9%)が小規模事業者以外(25.0%)を 47.9ポイント上回っている。



(2) 改正 電子帳簿保存法への対応状況について

※(1)で「改正 電子帳簿保存法の内容を理解している」と回答した方に質問

全体では、「今後対応する予定」が 72.4%と最も高く、「既に対応している」が 27.6%と続いている。なお、「対応する予定なし」と「何をすればよいのか、わからない」との回答は見られない。



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、「補助金活用セミナー」が46.3%と最も高く、「販路開拓セミナー」が30.0%、「事業継続力強化セミナー」が27.5%と続いている。

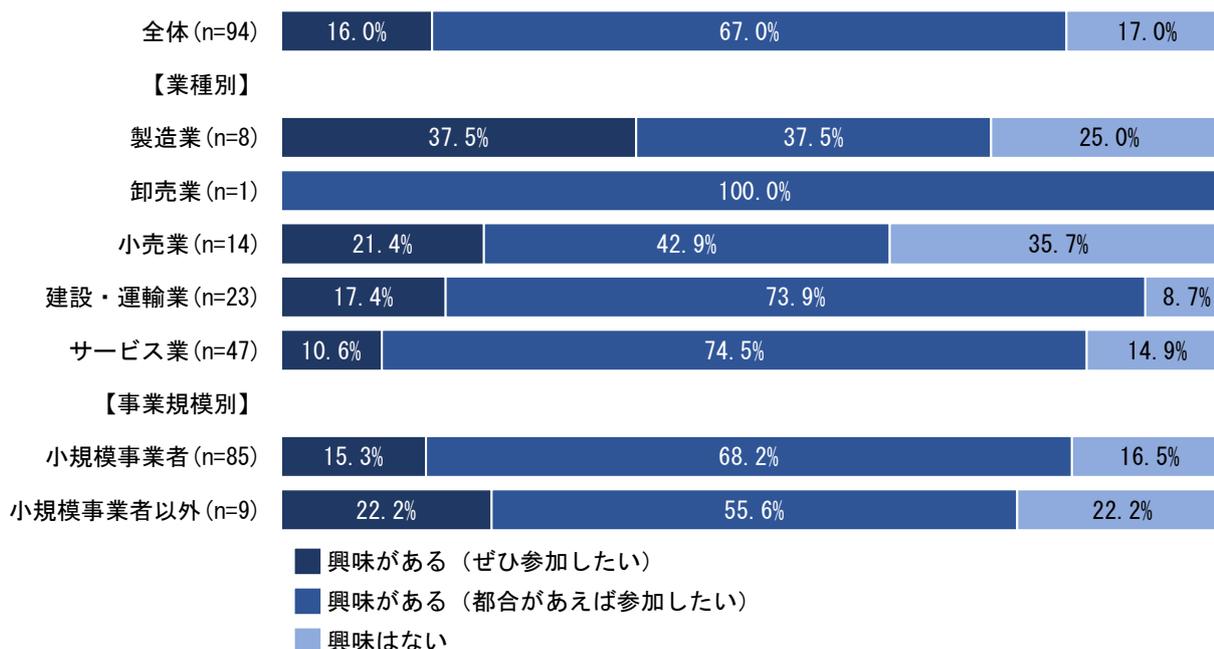
	全体 (n=80)	業種別				
		製造 (n=7)	卸売 (n=0)	小売 (n=11)	建設・運輸 (n=20)	サービス (n=41)
補助金活用セミナー	46.3%	71.4%	-	54.5%	45.0%	41.5%
販路開拓セミナー	30.0%	57.1%	-	9.1%	10.0%	39.0%
事業継続力強化セミナー	27.5%	57.1%	-	9.1%	40.0%	22.0%
IT導入関連セミナー	25.0%	42.9%	-	27.3%	20.0%	24.4%
事業計画作成セミナー	22.5%	14.3%	-	27.3%	15.0%	26.8%
財務分析セミナー	21.3%	14.3%	-	27.3%	25.0%	19.5%
働き方改革セミナー	21.3%	42.9%	-	18.2%	40.0%	9.8%
事業承継セミナー	17.5%	14.3%	-	-	25.0%	19.5%
人材活用セミナー	16.3%	28.6%	-	9.1%	30.0%	9.8%
その他	1.3%	-	-	-	-	2.4%

<「その他」の回答>

業種	回答
その他サービス業	私の顧問先へ情報提供できるような人事・労務関係セミナー

(2) 法改正関連の注意点をまとめたセミナーへの興味について

全体では、「興味がある（都合があれば参加したい）」が67.0%と最も高く、「興味はない」が17.0%、「興味がある（ぜひ参加したい）」が16.0%と続いている。「興味がある（ぜひ参加したい）」と「興味がある（都合があれば参加したい）」を合わせた『興味がある』は83.0%となっている。



(3) その他、商工会議所にご要望等

業種	回答
製造業	引き続き宜しくご指導お願い申し上げます
製造業	いつも情報提供等していただきありがとうございます
製造業	FTAの活用に関するセミナー開催、相談窓口の開設をお願いしたい
小売業	いつもありがとうございます！！感謝しかないです！！
建設業	日時指定のセミナーだけでなく予約や希望日で閲覧できるセミナーがあれば参加可能なのに・・・
飲食サービス業	補助金、助成金など情報があれば欲しいです
不動産業・生活関連サービス業	いつも情報提供等、誠にありがとうございます。要望等は、特にございません
専門・技術サービス業	いつも大変お世話になっております。ありがとうございます
専門・技術サービス業	いつも本当にありがとうございます。たくさんご助力いただけており、運営に勇気を持つことができます！引き続きどうぞよろしくお願い致します
その他サービス業	資金融資について積極的に発信して欲しい
その他サービス業	何かとお世話になっております。コロナに負けず頑張ってください
その他サービス業	イベントの体験予約の注文が入りました。商工会議所会員で調べたようです。商工会議所会員登録のおかげと感謝いたします

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。

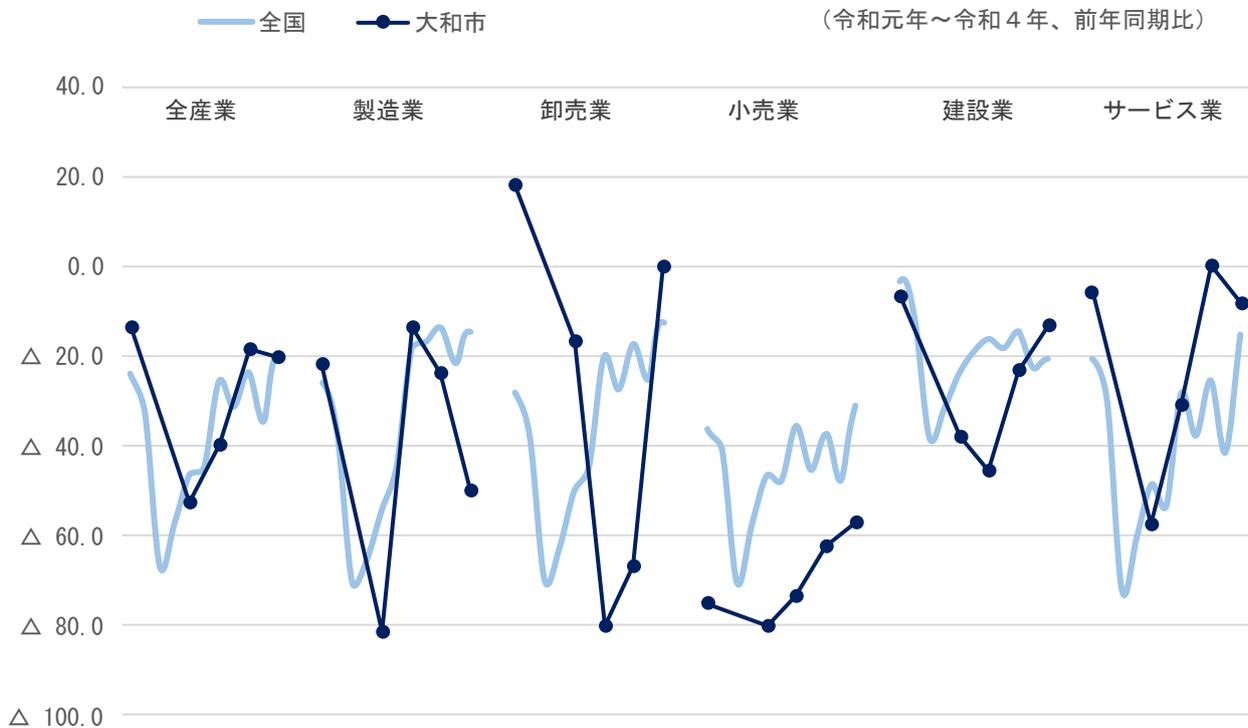
そこで、新型コロナウイルス感染症による影響を考慮しつつ総括をまとめ、今の管内事業者の状況や、それに伴い必要とされている支援を明確化させる。

(1) 景況感は全体として若干の悪化

はじめに、景況感DIを確認する。

全産業をみると、景況感DIは $\Delta 20.4$ ポイントとなっており、前期($\Delta 18.5$ ポイント)と比較すると若干悪化した。

業種別にみると、卸売業で 0.0 (前期差 66.7 ポイント増)、小売業で $\Delta 57.1$ (前期差 5.4 ポイント増)、建設業で $\Delta 13.0$ (前期差 10.3 ポイント増)と好転。一方、製造業で $\Delta 50.0$ (前期差 26.4 ポイント減)、サービス業で $\Delta 8.5$ (前期差 8.5 ポイント減)と悪化した。



	全産業		製造業		卸売業		小売業		建設・運輸業		サービス業	
令和元年冬	$\Delta 13.6$	-	$\Delta 21.9$	-	18.2	-	$\Delta 75.0$	-	$\Delta 6.5$	-	$\Delta 5.7$	-
令和2年冬	$\Delta 52.6$	↓	$\Delta 81.5$	↓	$\Delta 16.7$	↓	$\Delta 80.0$	↓	$\Delta 38.1$	↓	$\Delta 57.7$	↓
令和3年夏	$\Delta 39.6$	↑	$\Delta 13.6$	↑	$\Delta 80.0$	↓	$\Delta 73.6$	↑	$\Delta 45.4$	↓	$\Delta 30.8$	↑
令和3年冬	$\Delta 18.5$	↑	$\Delta 23.6$	↓	$\Delta 66.7$	↑	$\Delta 62.5$	↑	$\Delta 23.3$	↑	0.0	↑
令和4年夏	$\Delta 20.4$	↓	$\Delta 50.0$	↓	0.0	↑	$\Delta 57.1$	↑	$\Delta 13.0$	↑	$\Delta 8.5$	↓

(2) 6割超が「販売促進・販路開拓、または営業活動」を課題に

経営上の問題点/課題をみると、「販売促進・販路開拓、または営業活動」が61.5%と最も高く、「人材・人員確保」が38.5%、「原材料や商品の仕入単価の上昇」が37.4%と続いている。

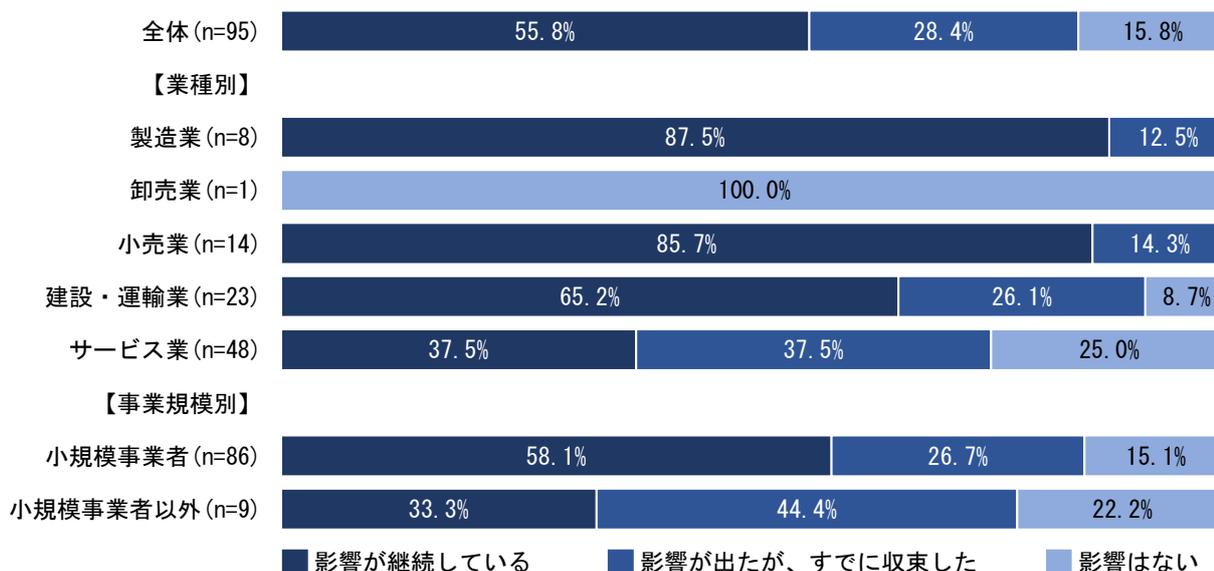
前回・前々回比較では、「新型コロナウイルス感染症への対応」は前々回の21.1%、前回の18.7%から今回は15.4%にさらに減少している。新型コロナウイルス感染症への対応自体が課題でなくなり、より経営面の課題への対応が必要と考える事業者が多くなっていることが読み取れる。

	全体 (n=91)	事業規模別		前回・前々回比較	
		小規模 (n=82)	小規模以外 (n=9)	R3冬 (n=107)	R3夏 (n=123)
販売促進・販路開拓、または営業活動	61.5%	64.6%	33.3%	43.0%	53.7%
人材・人員確保	38.5%	32.9%	88.9%	47.7%	43.9%
原材料や商品の仕入単価の上昇	37.4%	36.6%	44.4%	29.0%	32.5%
業務の効率化	31.9%	26.8%	77.8%	32.7%	30.1%
資金繰り対策	24.2%	25.6%	11.1%	24.3%	17.9%
自社の強みの把握・活用	23.1%	24.4%	11.1%	17.8%	24.4%
新製品・サービスの開発	20.9%	19.5%	33.3%	22.4%	17.1%
既存の製品・サービスの改善	15.4%	13.4%	33.3%	16.8%	22.0%
新型コロナウイルス感染症への対応	15.4%	14.6%	22.2%	18.7%	21.1%
ブランディング	14.3%	15.9%	-	7.5%	8.1%
顧客ニーズの把握	13.2%	14.6%	-	13.1%	15.4%
事業承継・廃業・M&A・人材育成	12.1%	12.2%	11.1%	24.3%	23.6%
建物・設備等の老朽化	11.0%	12.2%	-	17.8%	24.4%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11.0%	11.0%	11.1%	11.2%	12.2%
その他	3.3%	3.7%	-	4.7%	0.8%

(3) 新型コロナウイルス感染症の影響が半数以上の事業者で継続

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55.8%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8割を超えている。

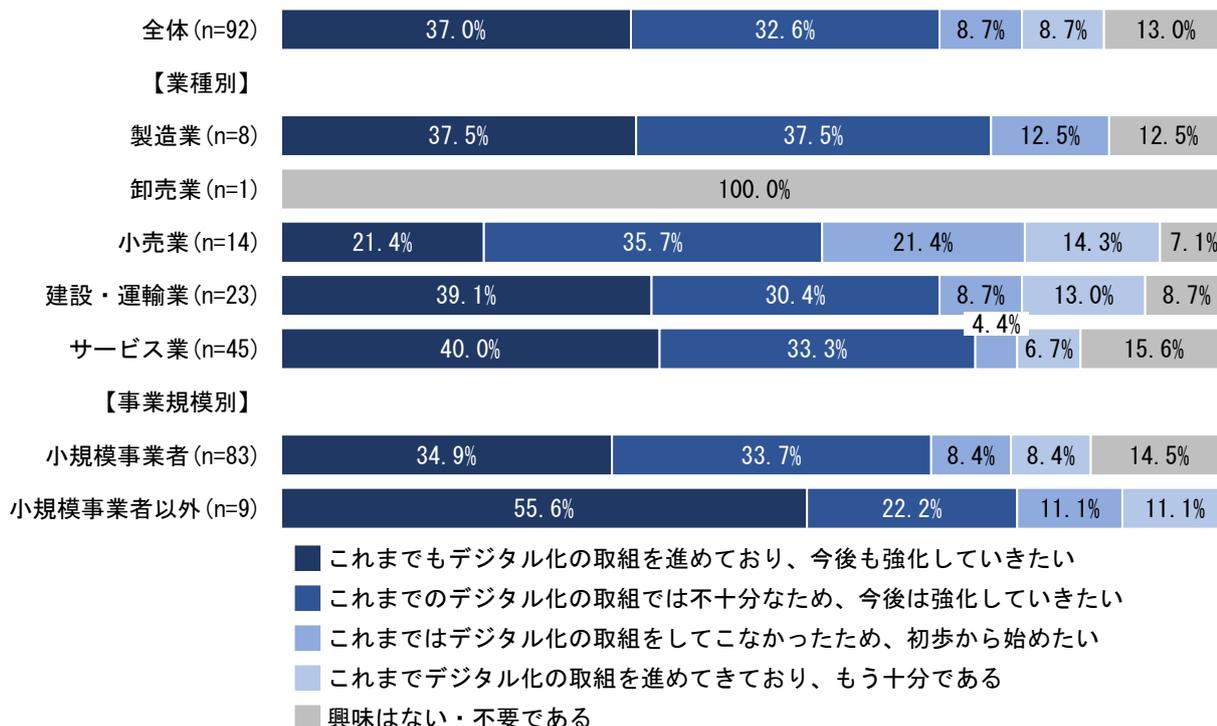


(4) 約7割の事業者が「デジタル化」の強化を検討

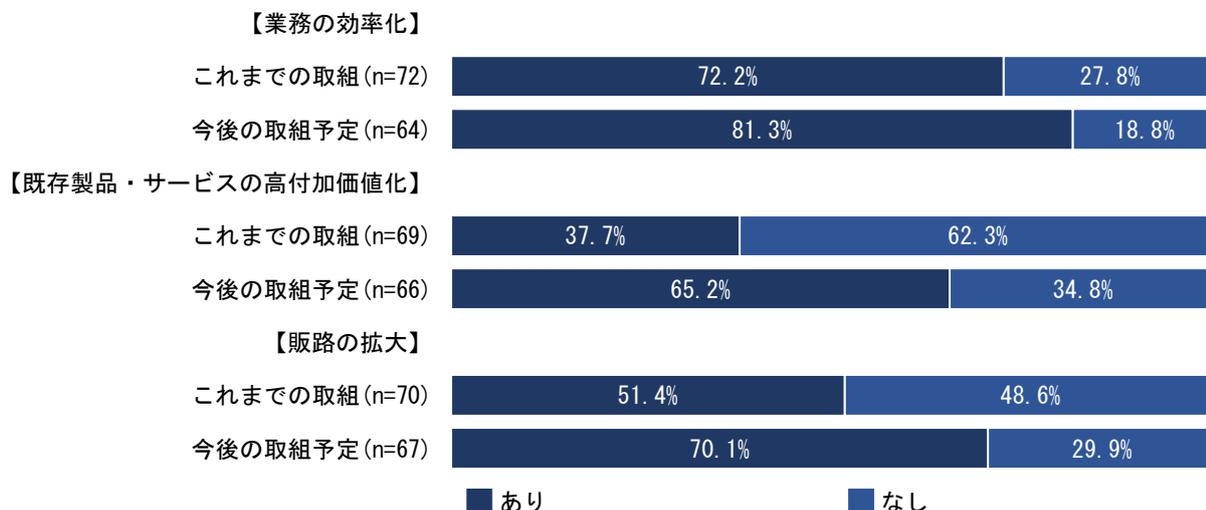
「デジタル化」の取組状況をみると、「これまでもデジタル化の取組を進めており、今後も強化していきたい」と「これまでのデジタル化の取組では不十分なため、今後は強化していきたい」を合わせた『強化していきたい』は69.6%となっている。

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68.6%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〈業務の効率化〉は、すでに取り組んでいる割合が7割超となっている。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。

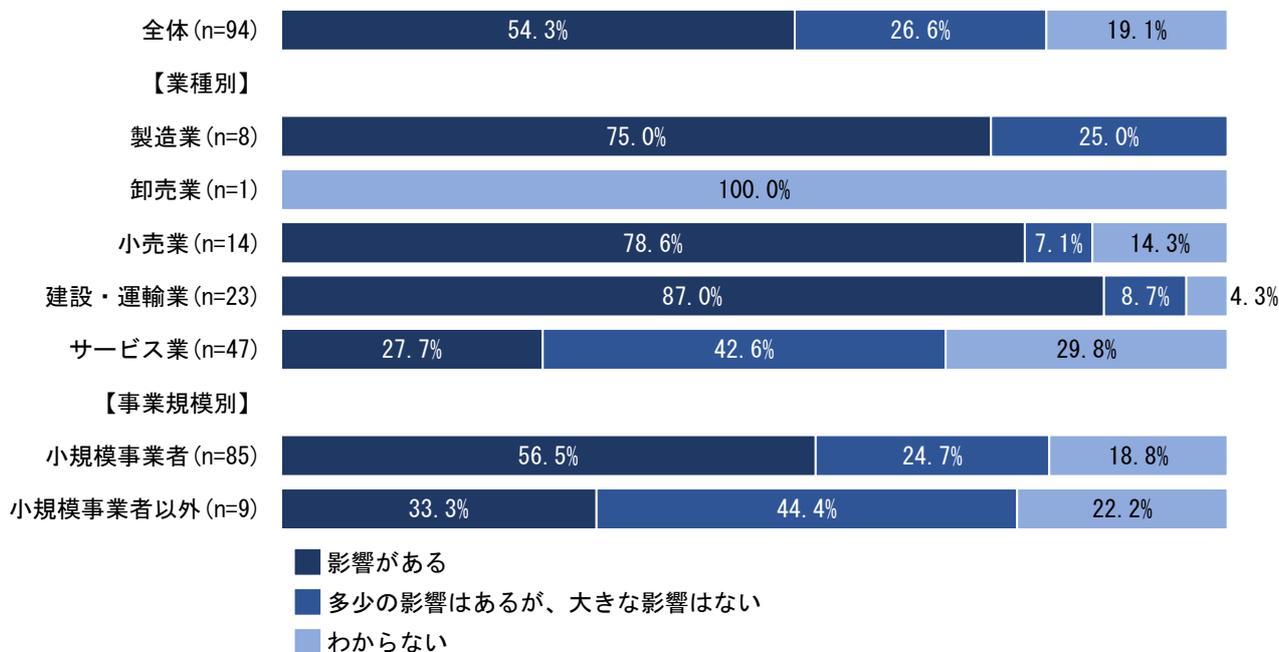


(5) 半数以上の事業者が原材料の価格高騰・不足に影響を受けている

原材料の価格高騰・不足の経営への影響の有無をみると、「影響がある」が 54.3%と最も高く、「多少の影響はあるが、大きな影響はない」が 26.6%、「わからない」が 19.1%と続いている。

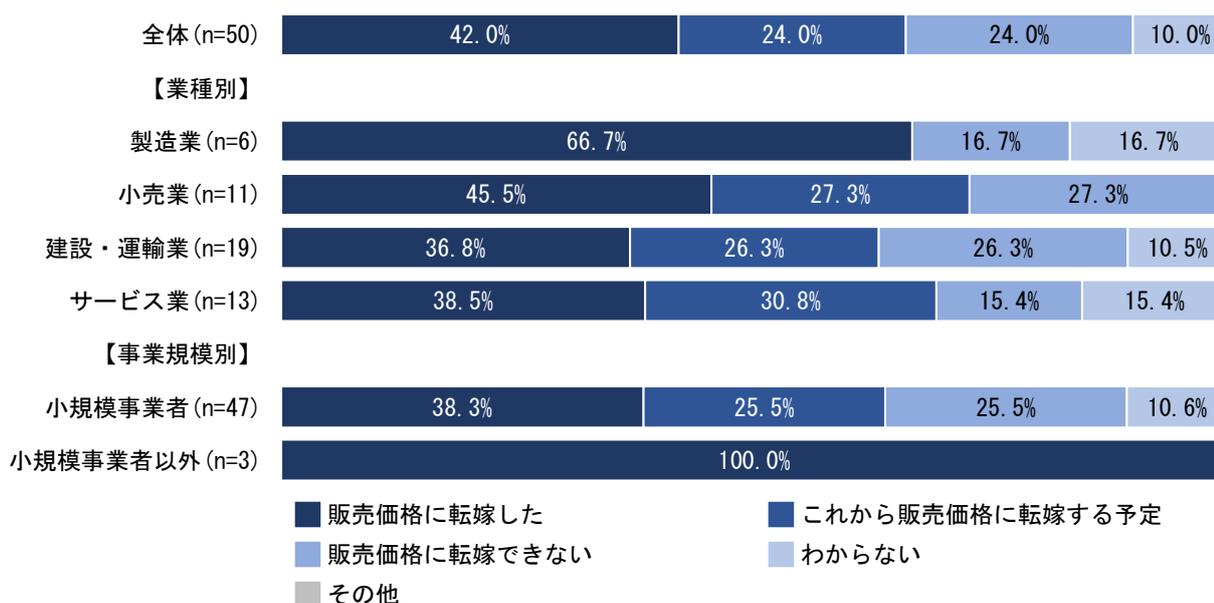
業種別では、建設・運輸業で「影響がある」が 87.0%と最も高くなっている。

事業規模別では「影響がある」は、小規模事業者（56.5%）が小規模事業者以外（33.3%）を 23.2 ポイント上回り、小規模事業者の方が影響を受けていることがわかる。



原材料の価格高騰・不足によるコスト増加を販売価格に転嫁したかについては、「販売価格に転嫁した」が 42.0%と最も高く、「これから販売価格に転嫁する予定」と「販売価格に転嫁できない」が、それぞれ 24.0%と続いている。

業種別では、製造業で「販売価格に転嫁した」が 66.7%と最も高くなっている。



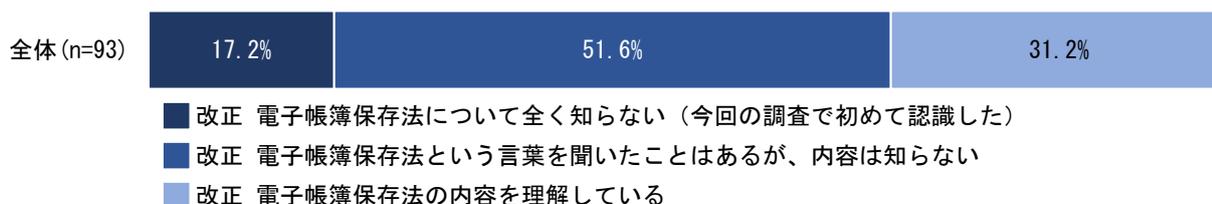
また、原材料の価格高騰・不足に対する取組のうち、価格転嫁以外の経営努力をみると、「合理化・経費削減」が55.3%と最も高く、「仕入先と交渉」が51.1%と続いている。

業種別では、建設・運輸業で「仕入先と交渉」が63.2%と高くなっている。

	全体 (n=47)	業種別					事業規模別	
		製造 (n=4)	卸売 (n=0)	小売 (n=11)	建設・運輸 (n=19)	サービス (n=12)	小規模 (n=45)	小規模以外 (n=2)
合理化・経費削減	55.3%	50.0%	-	63.6%	47.4%	58.3%	53.3%	100.0%
仕入先と交渉	51.1%	75.0%	-	36.4%	63.2%	41.7%	51.1%	50.0%
仕入先の変更	29.8%	75.0%	-	27.3%	31.6%	16.7%	28.9%	50.0%
対策していない	14.9%	-	-	27.3%	10.5%	16.7%	15.6%	-
その他	4.3%	-	-	-	-	16.7%	4.4%	-

(6) 約7割の事業者が「改正 電子帳簿保存法」について理解不足

改正 電子帳簿保存法についての認知度をみると、「改正 電子帳簿保存法について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）」と「改正 電子帳簿保存法という言葉聞いたことはあるが、内容は知らない」を合わせた『改正 電子帳簿保存法について知らない』は68.8%となっている。



改正 電子帳簿保存法への対応状況については、「今後対応する予定」が72.4%と最も高く、「既に対応している」が27.6%と続いている。



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	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
好転	10	10.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	17.4%	6	12.8%
不変	54	58.1%	4	50.0%	1	100.0%	6	42.9%	12	52.2%	31	66.0%
悪化	29	31.2%	4	50.0%	0	0.0%	8	57.1%	7	30.4%	10	21.3%
DI	△ 20.4		△ 50.0		0		△ 57.1		△ 13.0		△ 8.5	
合計	93	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	47	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	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
増加	19	20.4%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	6	26.1%	12	25.5%
不変	43	46.2%	2	25.0%	1	100.0%	5	35.7%	10	43.5%	25	53.2%
減少	31	33.3%	6	75.0%	0	0.0%	8	57.1%	7	30.4%	10	21.3%
DI	△ 12.9		△ 75.0		0		△ 50.0		△ 4.3		4.2	
合計	93	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	47	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	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
増加	21	22.6%	2	25.0%	0	0.0%	2	14.3%	6	26.1%	11	23.4%
不変	47	50.5%	2	25.0%	1	100.0%	5	35.7%	12	52.2%	27	57.4%
減少	25	26.9%	4	50.0%	0	0.0%	7	50.0%	5	21.7%	9	19.1%
DI	△ 4.3		△ 25.0		0		△ 35.7		4.4		4.3	
合計	93	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	47	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	21	22.8%	3	37.5%	0	0.0%	2	14.3%	6	26.1%	10	21.7%
不変	56	60.9%	3	37.5%	1	100.0%	8	57.1%	11	47.8%	33	71.7%
低下	15	16.3%	2	25.0%	0	0.0%	4	28.6%	6	26.1%	3	6.5%
DI	6.5		12.5		0		△ 14.3		0		15.2	
合計	92	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	46	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	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不変	29	32.6%	0	0.0%	1	100.0%	1	7.1%	3	13.0%	24	54.5%
上昇	60	67.4%	7	100.0%	0	0.0%	13	92.9%	20	87.0%	20	45.5%
DI	△ 67.4		△ 100.0		0		△ 92.9		△ 87.0		△ 45.5	
合計	89	100.0%	7	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	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 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	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
好転	10	10.9%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	13.6%	7	14.9%
不変	44	47.8%	3	37.5%	1	100.0%	4	28.6%	10	45.5%	26	55.3%
悪化	38	41.3%	5	62.5%	0	0.0%	10	71.4%	9	40.9%	14	29.8%
DI	△ 30.4		△ 62.5		0		△ 71.4		△ 27.3		△ 14.9	
合計	92	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	22	100.0%	47	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	5	5.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.7%	3	6.5%
不変	66	71.7%	4	50.0%	1	100.0%	9	64.3%	16	69.6%	36	78.3%
悪化	21	22.8%	4	50.0%	0	0.0%	5	35.7%	5	21.7%	7	15.2%
DI	△ 17.4		△ 50.0		0		△ 35.7		△ 13.0		△ 8.7	
合計	92	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	46	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	2	2.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	1	2.3%
適正	65	72.2%	4	50.0%	1	100.0%	11	78.6%	13	56.5%	36	81.8%
不足	23	25.6%	4	50.0%	0	0.0%	3	21.4%	9	39.1%	7	15.9%
DI	△ 23.4		△ 50.0		0		△ 21.4		△ 34.8		△ 13.6	
合計	90	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	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 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	74	80.4%	4	50.0%	1	100.0%	13	92.9%	20	87.0%	36	78.3%
不足	18	19.6%	4	50.0%	0	0.0%	1	7.1%	3	13.0%	10	21.7%
DI	△ 19.6		△ 50.0		0		△ 7.1		△ 13.0		△ 21.7	
合計	92	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	46	100.0%

【問3 現在の経営上の問題点／課題】

	全体 n=91		製造業 n=8		卸売業 n=1		小売業 n=14		建設・運輸業 n=23		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	56	61.5%	5	62.5%	1	100.0%	12	85.7%	10	43.5%	27	61.4%
人材・人員確保	35	38.5%	4	50.0%	0	0.0%	2	14.3%	16	69.6%	13	29.5%
自社の強みの把握・活用	21	23.1%	1	12.5%	0	0.0%	5	35.7%	4	17.4%	11	25.0%
業務の効率化	29	31.9%	2	25.0%	0	0.0%	3	21.4%	9	39.1%	15	34.1%
既存の製品・サービスの改善	14	15.4%	2	25.0%	0	0.0%	4	28.6%	1	4.3%	7	15.9%
新製品・サービスの開発	19	20.9%	5	62.5%	0	0.0%	4	28.6%	0	0.0%	10	22.7%
建物・設備等の老朽化	10	11.0%	2	25.0%	0	0.0%	1	7.1%	4	17.4%	3	6.8%
原材料や商品の仕入単価の上昇 事業承継・廃業・M&A・人材育成	34	37.4%	6	75.0%	0	0.0%	8	57.1%	12	52.2%	8	18.2%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	11	12.1%	1	12.5%	0	0.0%	2	14.3%	7	30.4%	1	2.3%
ITの利活用（キャッシュレス対応等）	10	11.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	9	20.5%
ブランディング	13	14.3%	3	37.5%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.7%	8	18.2%
顧客ニーズの把握	12	13.2%	1	12.5%	0	0.0%	1	7.1%	3	13.0%	7	15.9%
資金繰り対策	22	24.2%	3	37.5%	0	0.0%	3	21.4%	9	39.1%	7	15.9%
新型コロナウイルス感染症への対応	14	15.4%	1	12.5%	0	0.0%	4	28.6%	5	21.7%	4	9.1%
その他	3	3.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	6.8%

【問4 新型コロナウイルス感染症の経営への影響】

	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	53	55.8%	7	87.5%	0	0.0%	12	85.7%	15	65.2%	18	37.5%
影響が出たが、すでに収束した	27	28.4%	1	12.5%	0	0.0%	2	14.3%	6	26.1%	18	37.5%
影響はない	15	15.8%	0	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	2	8.7%	12	25.0%
合計	95	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	48	100.0%

【問5 どんな影響か】

	全体 n=53		製造業 n=7		卸売業 n=0		小売業 n=12		建設・運輸業 n=15		サービス業 n=18	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
売上の減少	40	75.5%	5	71.4%	0	0.0%	11	91.7%	11	73.3%	13	72.2%
営業時間（日数）の減少	9	17.0%	1	14.3%	0	0.0%	2	16.7%	4	26.7%	2	11.1%
材料や資材の仕入れが困難	19	35.8%	6	85.7%	0	0.0%	3	25.0%	7	46.7%	3	16.7%
資金繰りの悪化	11	20.8%	2	28.6%	0	0.0%	1	8.3%	3	20.0%	5	27.8%
取引先の事業停止や倒産	10	18.9%	1	14.3%	0	0.0%	2	16.7%	2	13.3%	4	22.2%
イベント、展示会の延期・中止	13	24.5%	2	28.6%	0	0.0%	5	41.7%	1	6.7%	5	27.8%
商談の延期・中止	12	22.6%	3	42.9%	0	0.0%	2	16.7%	3	20.0%	3	16.7%
出張の延期・中止	7	13.2%	3	42.9%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	3	16.7%
その他	2	3.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%

【問6 2022年6月の売上高は、前年同期（2021年6月）を100%とすると、どの程度であったか】

	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	%
50%以下	11	11.7%	1	12.5%	0	0.0%	3	21.4%	3	13.0%	4	8.5%
51%～75%	16	17.0%	4	50.0%	0	0.0%	2	14.3%	7	30.4%	3	6.4%
76%～100%	40	42.6%	2	25.0%	1	100.0%	5	35.7%	7	30.4%	24	51.1%
101%以上	27	28.7%	1	12.5%	0	0.0%	4	28.6%	6	26.1%	16	34.0%
合計	94	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	47	100.0%

【問7 貴社の「デジタル化」の取組状況について】

	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	%
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	34	37.0%	3	37.5%	0	0.0%	3	21.4%	9	39.1%	18	40.0%
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	30	32.6%	3	37.5%	0	0.0%	5	35.7%	7	30.4%	15	33.3%
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	8	8.7%	1	12.5%	0	0.0%	3	21.4%	2	8.7%	2	4.4%
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	8	8.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	14.3%	3	13.0%	3	6.7%
興味はない・不要である	12	13.0%	1	12.5%	1	100.0%	1	7.1%	2	8.7%	7	15.6%
合計	92	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	45	100.0%

【問8 ①これまで取り組んできたデジタル化 1. 業務の効率化】

	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	52	72.2%	5	100.0%	0	0.0%	5	41.7%	16	94.1%	25	67.6%
なし	20	27.8%	0	0.0%	0	0.0%	7	58.3%	1	5.9%	12	32.4%
合計	72	100.0%	5	100.0%	0	0.0%	12	100.0%	17	100.0%	37	100.0%

【問8 ②今後取り組みたいと考えるデジタル化 1. 業務の効率化】

	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	52	81.3%	5	100.0%	0	0.0%	7	63.6%	14	100.0%	25	75.8%
なし	12	18.8%	0	0.0%	0	0.0%	4	36.4%	0	0.0%	8	24.2%
合計	64	100.0%	5	100.0%	0	0.0%	11	100.0%	14	100.0%	33	100.0%

【問8 ①これまで取り組んできたデジタル化 2. 既存製品・サービスの高付加価値化】

	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	26	37.7%	4	66.7%	0	0.0%	5	41.7%	4	28.6%	13	36.1%
なし	43	62.3%	2	33.3%	0	0.0%	7	58.3%	10	71.4%	23	63.9%
合計	69	100.0%	6	100.0%	0	0.0%	12	100.0%	14	100.0%	36	100.0%

【問8 ②今後取り組みたいと考えるデジタル化 2. 既存製品・サービスの高付加価値化】

	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	43	65.2%	5	83.3%	0	0.0%	7	58.3%	10	76.9%	21	61.8%
なし	23	34.8%	1	16.7%	0	0.0%	5	41.7%	3	23.1%	13	38.2%
合計	66	100.0%	6	100.0%	0	0.0%	12	100.0%	13	100.0%	34	100.0%

【問8 ①これまで取り組んできたデジタル化 3. 販路の拡大】

	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	36	51.4%	6	85.7%	0	0.0%	7	58.3%	7	46.7%	16	45.7%
なし	34	48.6%	1	14.3%	0	0.0%	5	41.7%	8	53.3%	19	54.3%
合計	70	100.0%	7	100.0%	0	0.0%	12	100.0%	15	100.0%	35	100.0%

【問8 ②今後取り組みたいと考えるデジタル化 3. 販路の拡大】

	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	47	70.1%	6	85.7%	0	0.0%	10	83.3%	10	71.4%	21	63.6%
なし	20	29.9%	1	14.3%	0	0.0%	2	16.7%	4	28.6%	12	36.4%
合計	67	100.0%	7	100.0%	0	0.0%	12	100.0%	14	100.0%	33	100.0%

【問10 原材料の価格高騰・不足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	%
影響がある	51	54.3%	6	75.0%	0	0.0%	11	78.6%	20	87.0%	13	27.7%
多少の影響はあるが、大きな影響はない	25	26.6%	2	25.0%	0	0.0%	1	7.1%	2	8.7%	20	42.6%
わからない	18	19.1%	0	0.0%	1	100.0%	2	14.3%	1	4.3%	14	29.8%
合計	94	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	47	100.0%

【問11 原材料の価格高騰・不足によるコスト増加を販売価格に転嫁したか】

	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	%
販売価格に転嫁した	21	42.0%	4	66.7%	0	0.0%	5	45.5%	7	36.8%	5	38.5%
これから販売価格に転嫁する予定	12	24.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	27.3%	5	26.3%	4	30.8%
販売価格に転嫁できない	12	24.0%	1	16.7%	0	0.0%	3	27.3%	5	26.3%	2	15.4%
わからない	5	10.0%	1	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	2	15.4%
その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	50	100.0%	6	100.0%	0	0.0%	11	100.0%	19	100.0%	13	100.0%

【問12 コスト増加を販売価格に転嫁できない理由】

	全体 n=11		製造業 n=1		卸売業 n=0		小売業 n=3		建設・運輸業 n=4		サービス業 n=2	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
取引先に価格決定権があるため	5	45.5%	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	2	100.0%
同業者との横並びを基準に価格を決定するため	3	27.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	2	50.0%	0	0.0%
自助努力でカバーできるため	2	18.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	1	50.0%
経営方針や戦略に値上げがそぐわないため	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	0	0.0%
キリのいい金額で販売するため	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	50.0%
その他	1	9.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%

【問13 原材料の価格高騰・不足に対する取組のうち、価格転嫁以外の経営努力】

	全体 n=47		製造業 n=4		卸売業 n=0		小売業 n=11		建設・運輸業 n=19		サービス業 n=12	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
仕入先と交渉	24	51.1%	3	75.0%	0	0.0%	4	36.4%	12	63.2%	5	41.7%
仕入先の変更	14	29.8%	3	75.0%	0	0.0%	3	27.3%	6	31.6%	2	16.7%
合理化・経費削減	26	55.3%	2	50.0%	0	0.0%	7	63.6%	9	47.4%	7	58.3%
対策していない	7	14.9%	0	0.0%	0	0.0%	3	27.3%	2	10.5%	2	16.7%
その他	2	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	16.7%

【問14 改正 電子帳簿保存法について】

	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	%
改正 電子帳簿保存法について全く知らない（今回の調査で初めて認識した）	16	17.2%	1	12.5%	1	100.0%	3	21.4%	4	17.4%	7	15.2%
改正 電子帳簿保存法という言葉を知っているが、内容は知らない	48	51.6%	4	50.0%	0	0.0%	5	35.7%	11	47.8%	28	60.9%
改正 電子帳簿保存法の内容を理解している	29	31.2%	3	37.5%	0	0.0%	6	42.9%	8	34.8%	11	23.9%
合計	93	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	46	100.0%

【問15 改正 電子帳簿保存法への対応状況について】

	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	%
既に対応している	8	27.6%	2	66.7%	0	0.0%	1	16.7%	2	25.0%	3	27.3%
今後対応する予定	21	72.4%	1	33.3%	0	0.0%	5	83.3%	6	75.0%	8	72.7%
対応する予定なし	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
何をすればよいのか、わからない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	29	100.0%	3	100.0%	0	0.0%	6	100.0%	8	100.0%	11	100.0%

【問16 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】

	全体 n=80		製造業 n=7		卸売業 n=0		小売業 n=11		建設・運輸業 n=20		サービス業 n=41	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
事業計画作成セミナー	18	22.5%	1	14.3%	0	0.0%	3	27.3%	3	15.0%	11	26.8%
財務分析セミナー	17	21.3%	1	14.3%	0	0.0%	3	27.3%	5	25.0%	8	19.5%
人材活用セミナー	13	16.3%	2	28.6%	0	0.0%	1	9.1%	6	30.0%	4	9.8%
販路開拓セミナー	24	30.0%	4	57.1%	0	0.0%	1	9.1%	2	10.0%	16	39.0%
IT導入関連セミナー	20	25.0%	3	42.9%	0	0.0%	3	27.3%	4	20.0%	10	24.4%
補助金活用セミナー	37	46.3%	5	71.4%	0	0.0%	6	54.5%	9	45.0%	17	41.5%
事業承継セミナー	14	17.5%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	5	25.0%	8	19.5%
働き方改革セミナー	17	21.3%	3	42.9%	0	0.0%	2	18.2%	8	40.0%	4	9.8%
事業継続力強化セミナー	22	27.5%	4	57.1%	0	0.0%	1	9.1%	8	40.0%	9	22.0%
その他	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%

【問17 問14のような法改正関連の注意点をまとめたセミナーを開催した場合、興味はあるか】

	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	%
興味がある（ぜひ参加したい）	15	16.0%	3	37.5%	0	0.0%	3	21.4%	4	17.4%	5	10.6%
興味がある（都合があえば参加したい）	63	67.0%	3	37.5%	1	100.0%	6	42.9%	17	73.9%	35	74.5%
興味はない	16	17.0%	2	25.0%	0	0.0%	5	35.7%	2	8.7%	7	14.9%
合計	94	100.0%	8	100.0%	1	100.0%	14	100.0%	23	100.0%	47	100.0%

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. 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. 影響はない



問5 問4で「1」と回答した方に、お聞きします。どんな影響か教えてください。(複数回答可)

1. 売上の減少
2. 営業時間（日数）の減少
3. 材料や資材の仕入れが困難
4. 資金繰りの悪化
5. 取引先の事業停止や倒産
6. イベント、展示会の延期・中止
7. 商談の延期・中止
8. 出張の延期・中止
9. その他（ ）

問6 貴社の2022年6月の売上高は、前年同期（2021年6月）を100%とすると、どの程度でしたか。(1つを選択)

1. 50%以下
2. 51%～75%
3. 76%～100%
4. 101%以上

IT技術の利活用について

問7 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8 問7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9 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。

()

原材料の価格高騰・不足について

現在、①新型コロナウイルス感染症によるサプライチェーンの停滞、②先行して経済が回復したアメリカや中国等による半導体や電子部品等の需要増、③ロシアのウクライナ侵攻、④急激な円安傾向などの理由により、原材料の価格高騰や原材料不足が発生しています。

問10 原材料の価格高騰・不足の経営への影響の有無を教えてください。(1つを選択)

1. 影響がある 2. 多少の影響はあるが、大きな影響はない 3. わからない

問11 問10で「1.」を選択した方にお伺いします。

原材料の価格高騰・不足によるコスト増加を販売価格に転嫁しましたか。(1つを選択)

1. 販売価格に転嫁した 2. これから販売価格に転嫁する予定 3. 販売価格に転嫁できない
4. わからない 5. その他 ()

問12 問11で「3.」を選択した方にお伺いします。

コスト増加を販売価格に転嫁できない理由を教えてください。(複数選択可)

1. 取引先に価格決定権があるため 2. 同業者との横並びを基準に価格を決定するため
3. 自助努力でカバーできるため 4. 経営方針や戦略に値上げがそぐわないため
5. キリのいい金額で販売するため 6. その他 ()

問13 問10で「1.」を選択した方にお伺いします。

原材料の価格高騰・不足に対する取組のうち、価格転嫁以外の経営努力を教えてください。
(複数選択可)

1. 仕入先と交渉 2. 仕入先の変更 3. 合理化・経費削減 4. 対策していない
5. その他 ()

