経営発達支援計画認定商工会

令和４年度
「高松市中央商工会　管内景況調査」
調査結果報告書

令和５年３月

Ⅰ　調査結果の概要

Ⅱ　調査結果

本調査結果に関する　お問合せ先

高　松　市　中　央　商　工　会

〒761-1706
高松市香川町川東上 1743-9
TEL:087-879-2498　　FAX:087-879-2470

【Ⅰ．調査の目的】

本調査は、高松市中央商工会管内の経済動向を財務状況や雇用状況、資金調達環境や設備投資の動向、総合的な状況から考えられる自社の業況等の項目において調査・分析することにより、地域及び各業種等の最近の状況や傾向を把握し、小規模事業者が自社の現状を把握できるように情報提供支援を実施する際の参考資料とすることを目的に行われた調査である。

【Ⅱ．調査項目】

調査は、会員企業の経営状況について下記の項目にて実施した。

1．属　性

（ア）業　　種
（イ）事業形態
（ウ）営業年数
（エ）従業員規模

2．経営状況等（昨年同時期との比較及び３年前同時期との比較）

（ア）売上高
（イ）採算・経常利益
（ウ）客（受注）数
（エ）客（製品）単価
（オ）経費
（カ）資金繰り
（キ）雇用者数
（ク）設備投資

3．DX 化

（ア）DX 化の取組状況
（イ）必要だと思うが取り組めない理由

4．商工会の情報発信

（ア）メール便について
（イ）メール便の「頻度」
（ウ）商工会 HP を見る「頻度」
（エ）商工会の「特設ページ」を見る「頻度」について
（オ）商工会に希望する新たな情報発信「手段」について

5．商工会の情報提供に対する要望、提案、改善点等

【Ⅲ．調査方法】

（1）調査対象：高松市中央商工会の管内中小企業・小規模事業者　１２４８件
（2）調査機関：令和４年１１月７日（月）～令和４年１２月２７日（火）
（3）調査方法：郵送による任意記名調査方式（配布及び回収）
（4）回答結果：197 件

調査結果の概要

１．最近（令和４年 10 月）の経営状況等の新型コロナウイルス「流行中（昨年同時期）及び「流行前（3 年前同時期)」との比較

①　1 年前（コロナ中）との比較

全体的に厳しい状況が続いていることが見て取れるが、さらに最近の原油高等を要因とする物価高の影響が感じられる結果となっている。

売上高は「減った」と回答した事業者が多く、「大幅に減った」と合わせると約４割となっており、厳しい経営状況の事業者が多いが、「増えた」と回答した事業者も「大幅に増えた」を含めると 26%程度あり、業況が回復している兆しも見える。しかしながら採算（経常利益）が「増えた」と回答した事業者の割合は売上高で「(大幅に）増えた」と回答した割合には届いておらず、売上高の増加が必ずしも利益に繋がっていないことがわかる。

客（受注）数は「減った」と回答した事業者が４割弱で「変わらない」と回答した事業者と同程度と多く、売上高の厳しい状況を裏付けているが、「飲食」では「増えた」と回答した事業者も多く、営業制限が緩和された影響が出たのではないかと思われる。また客（製品）単価は「変わらない」と回答している事業者が多いが、「上昇」と回答した事業者も 25%程度と次いで多くなっており、最近の物価上昇が影響していると思われる。

経費は全業種で「増えた」と回答した割合が高くなっており、やはり最近の物価高が影響しているのではないかと考えられる。

資金繰りは「変わらない」と回答した事業者が半数を占めるが「苦しくなった」と回答した事業者も多く、相変わらず資金繰りが厳しい状況にある事業者が多い。

雇用者数、設備投資は「変わらない」とした事業者が多くなっている。

②　3 年前（コロナ前）との比較

売上高は「減った」と回答した事業者が多く、「大幅に減った」と合わせると 45%、反面「(大幅に）増えた」と回答した事業者は 22%と少なく、コロナ前の状況には回復していないことがわかる。特に「飲食業」は厳しい状況にあることがわかる。同様に採算（経常利益）面でも「減った」と回答した事業者が多く、厳しい経営が続いている事業者が多い。

客（受注）数は「減った」と回答した事業者が４割を占めており、特に「飲食」「卸・小売」でその割合が高くなっている。

経費は半数近くが「増えた」と回答、どの業種でも多いが特に「飲食」でその割合が高くなっており、物価高騰による食材等のコスト高が大きく影響しているものと考えられる。

資金繰りは「変わらない」と回答した事業者が半数を占めるが「苦しくなった」と回答した事業者も３割程度あり、厳しい状況にある事業者が多い。

雇用者数、設備投資は「変わらない」とした事業者が多くを占めている。

２．DX 化（デジタル化）について

DX 化への取り組み状況について、過半数の事業者が何らかの形で取り組んでいるが、4 割程度は未だ取り組めておらず DX 化の普及はまだまだ重要な課題であると考えられる。

業種別にみると、「飲食」では 90％近くの事業者が取り組まれている。取り組み内容は、「ホームページ」「キャッシュレス決済」「Instagram」の取り組みが多く、一般消費者に向けての広報や顧客の利便性の向上に向けた売上高に直結する取り組みが多くなっている。

なお、DX 化に取り組んでいない理由としては「取り組む予定はない」が 54％と多くなっており、「必要だと思うが取り組めていない」が次いで 37％となっているが、取り組めない理由としては「人材が不足」と回答した事業者が多くなっており、限られた人材で経営している中小企業の実情が読み取れる。

３．商工会の情報発信について

商工会の情報発信に対しては、全体的にあまり見られていない状況にある。その中において、メール便は比較的見られているが、HP については「見たことが無い」と回答した事業者が 65％となっており、抜本的な改善策を検討する必要があると思われる

なお、新たな情報発信手段としては「LINE」「Instagram」の回答が多くなっていることから SNS の活用が今後は重要ではないかと考えられる。

以　上

調査結果

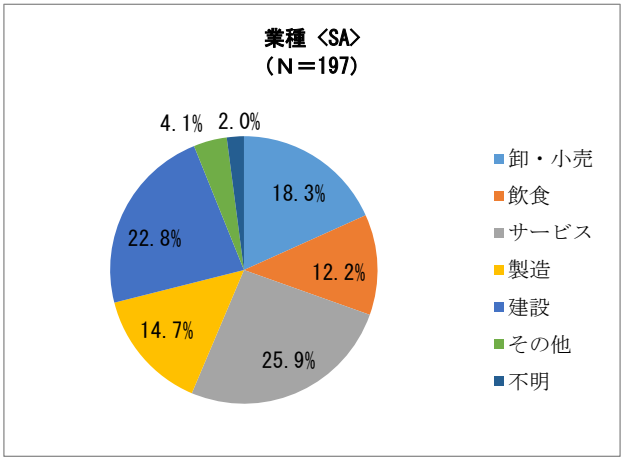
設問１　属性について

（ア）業　　種

業種は多い方から「サービス」「建設」「製造」「卸・小売」である。

	全　体	卸・小売	飲食	サービス	製造	建設	その他	不明
件　数	197	36	24	51	29	45	8	4
％	100.0	18.3	12.2	25.9	14.7	22.8	4.1	2.0

※その他（協同組合、施設運営、農業）

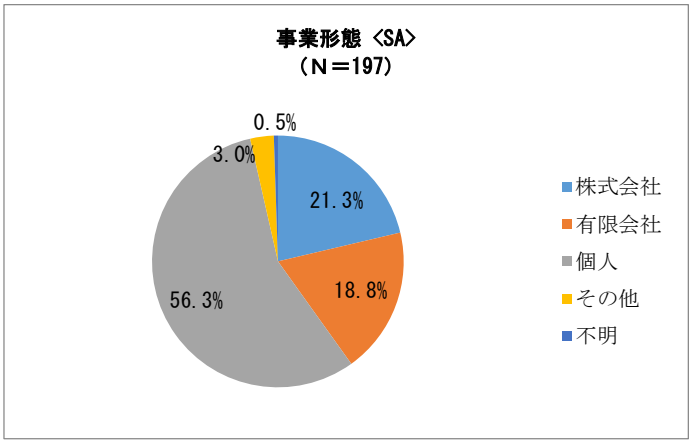


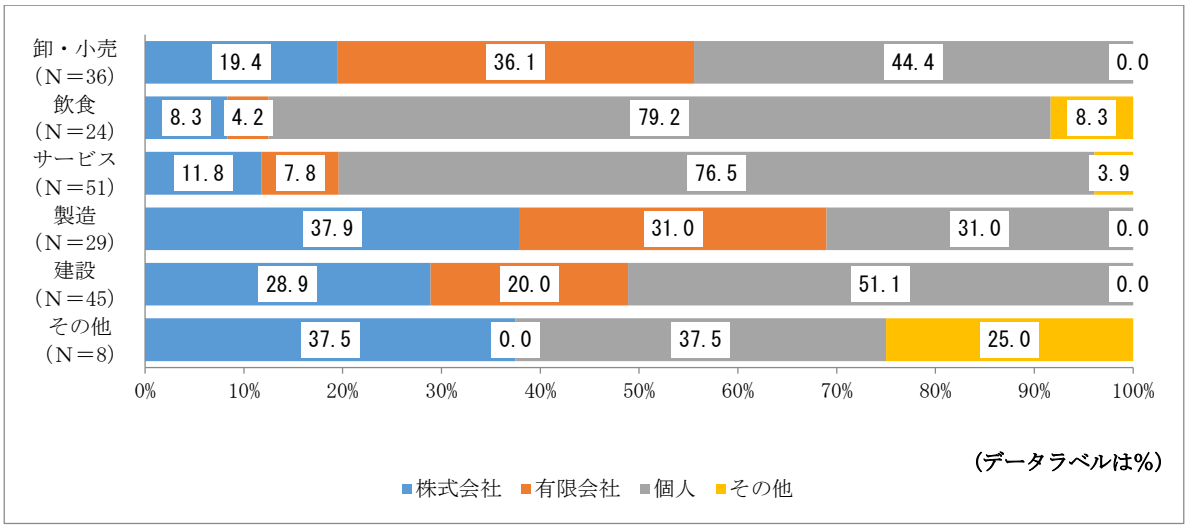
（イ）事業形態

事業形態は「個人」約 56%、「株式会社」約 21%、「有限会社」約 19%となっている。業種別で見ると、「株式会社」は「製造」「建設」で多く、有限会社は「卸・小売」「製造」「建設」で多い。「個人」は「飲食」「サービス」で多くなっている。

	全　体	株式会社	有限会社	個人	その他	不明
件　数	197	42	37	111	6	1
％	100.0	21.3	18.8	56.3	3.0	0.5

※その他（協同組合 2、合同会社 2、組合 1）

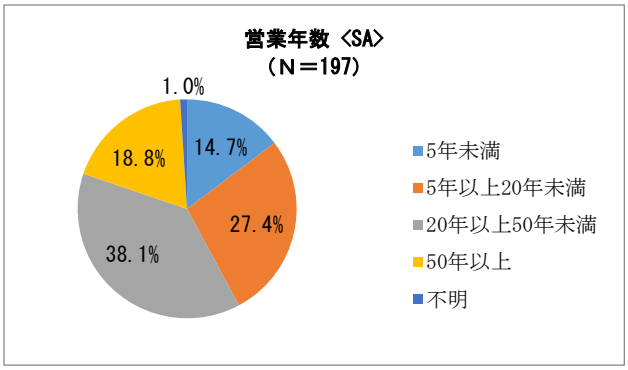


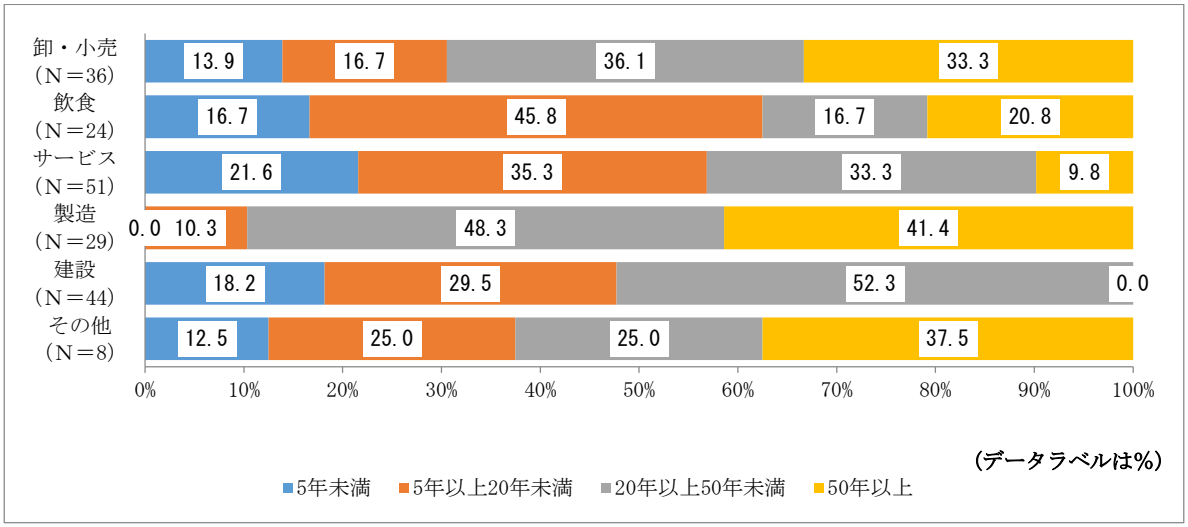


（ウ）営業年数

営業年数は「20 年以上 50 年未満」が 38%と多く、次いで「5 年以上 20 年未満」が 27%。業種別で見ると、「製造」「卸・小売」で「50 年以上」の割合が相対的に高く、特に「製造」は約 90%が 20 年以上である。。

	全　体	5 年未満	5 年以上 20 年未満	20 年以上 50 年未満	50 年以上	不明
件数	197	29	54	75	37	2
%	100.0	14.7	27.4	38.1	18.8	1.0

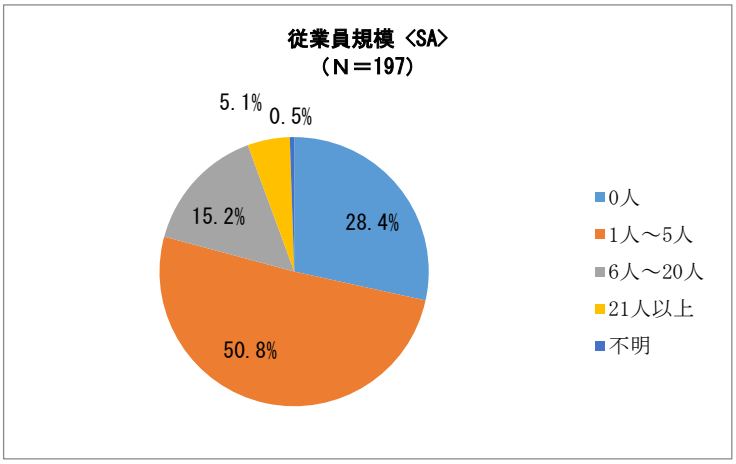


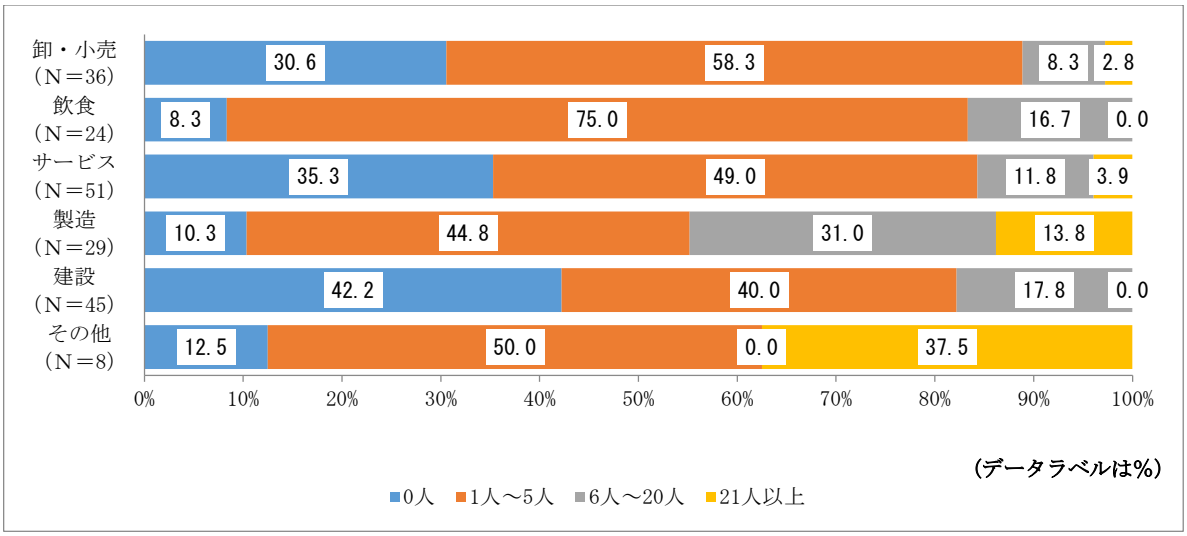


（エ）従業員規模

従業員規模は「1 人～5 人」が全体の約半数を占めており、「0 人」が 23%、「6 人～20 人」15%と小規模事業者が殆どである。業種別で見ると、「製造業」は他業種に比べて規模が大きい割合が高い。

	全　体	0 人	1 人～5 人	6 人～20 人	21 人以上	不明	全　体
件数	197	56	100	30	10	1	197
%	100.0	28.4	50.8	15.2	5.1	0.5	100.0





設問２　最近（令和４年 10 月）の経営状況等の新型コロナウイルス「流行中（昨年同時期）及び「流行前（3 年前同時期）との比較

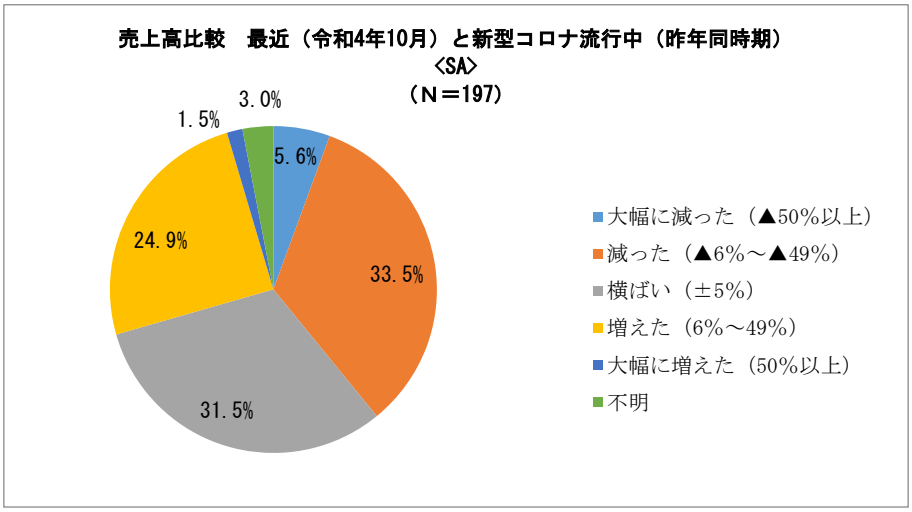
①　新型コロナ流行中（昨年同時期）との比較

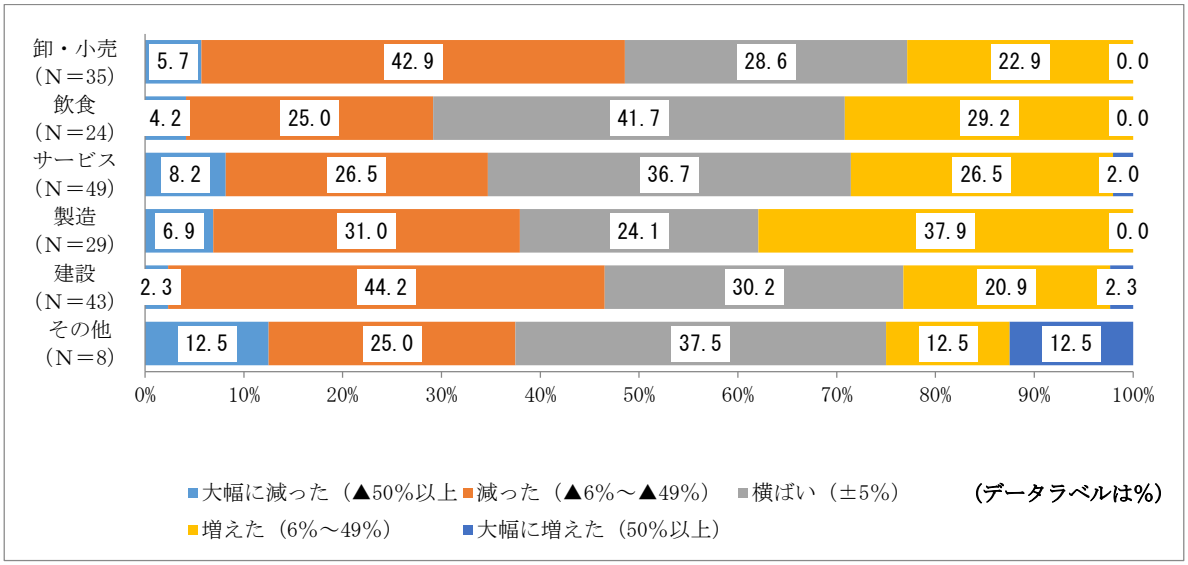
（ア）売上高

売上高は「減った」と回答した事業者が 33%と多く、「大幅に減った」6%と合わせると 39%となり、厳しい経営状況の事業者が多いが、「(大幅に）増えた」と回答した事業者も 26%程度ある。

業種別では「卸・小売」「建設」で「(大幅に）減った」割合が相対的に高く、「(大幅に）増えた」割合は「製造」が相対的に高くなっている。

	全　体	大幅に減った（▲50%以上）	減った（▲6%～▲49%）	横ばい（±5%）	増えた（6%～49%）	大幅に増えた（50%以上）	不明
件数	197	11	66	62	49	3	6
%	100.0	5.6	33.5	31.5	24.9	1.5	3.0





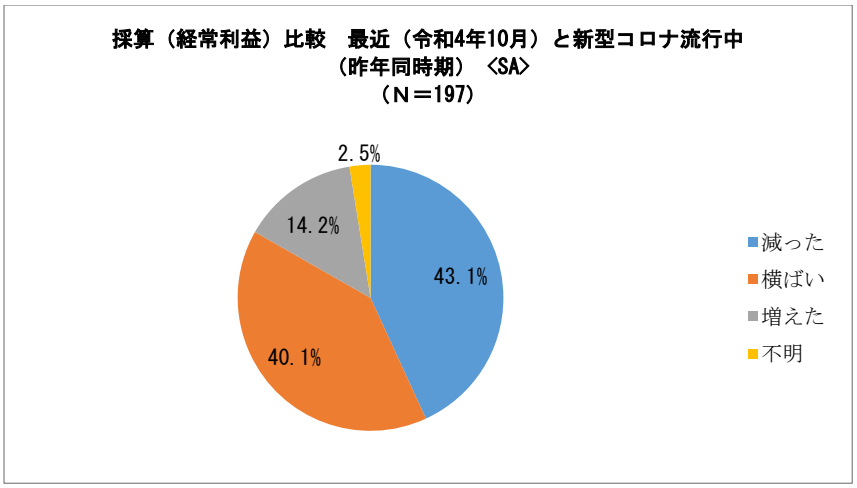
（イ）採算（経常利益）

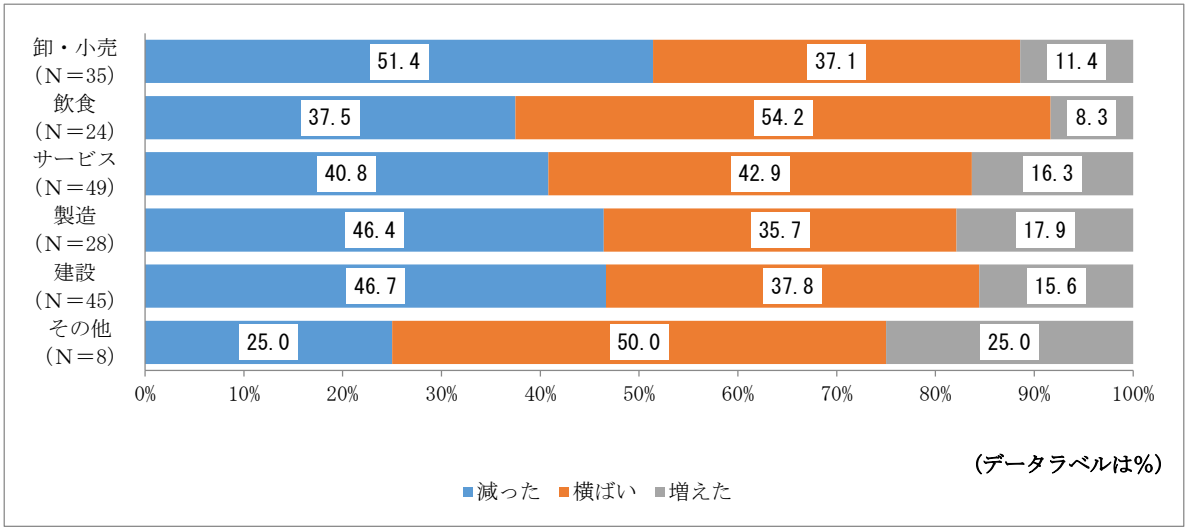
採算（経常利益）は「減った」と回答した事業者が 43%と多く、反対に「増えた」と回答した事業者は 14%に留まっており、非常に厳しい経営状況の事業者が多い。

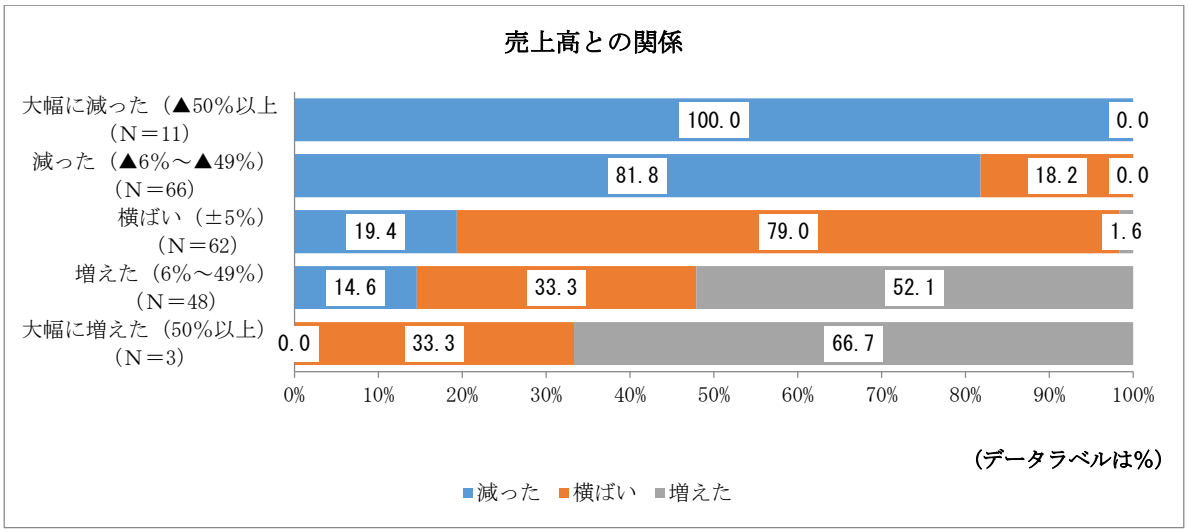
業種別で見ると、どの業種も「減った」と回答して割合が「増えた」と回答した割合より高い。「増えた」と回答した割合が比較的高いのは「その他」を除くと「製造」「サービス」「建設」となっている。

売上高との関係では、売上高が「(大幅に）減った」と回答した事業者は採算（経常利益）が「減った」と回答している割合が高く、売上高が「(大幅に）増えた」と回答した事業者は「(大幅に）増えた」と回答した割合が高くなっている。

	全　体	減った	横ばい	増えた	不明
件　数	197	85	79	28	5
%	100.0	43.1	40.1	14.2	2.5





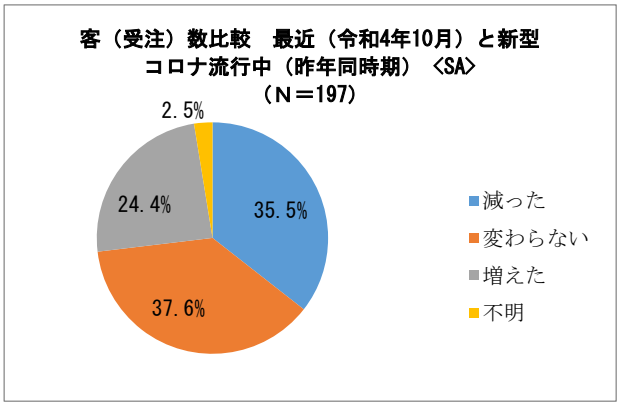


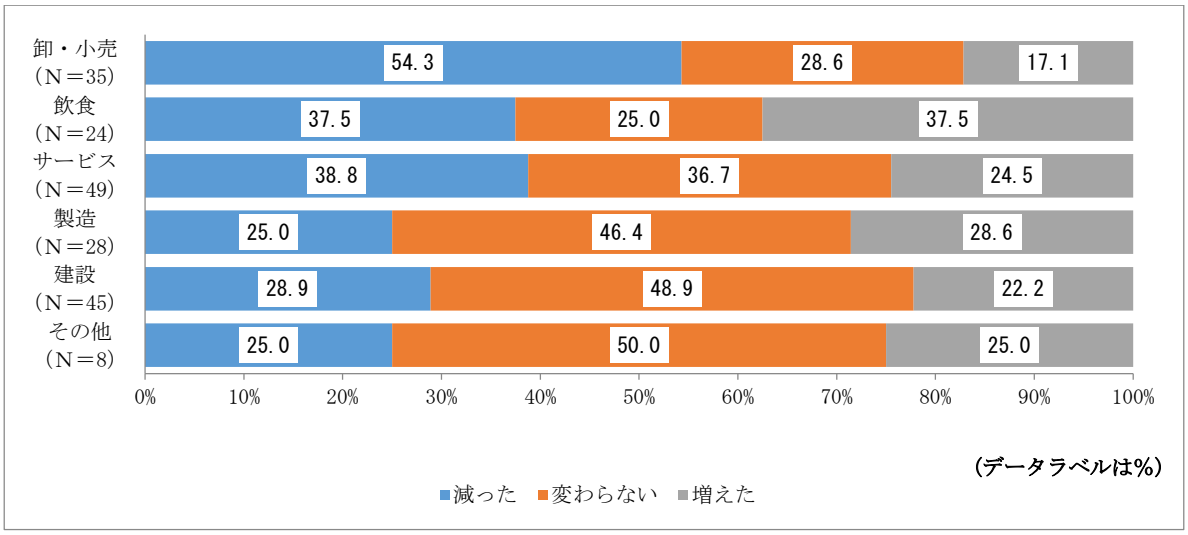
（ウ）客（受注）数

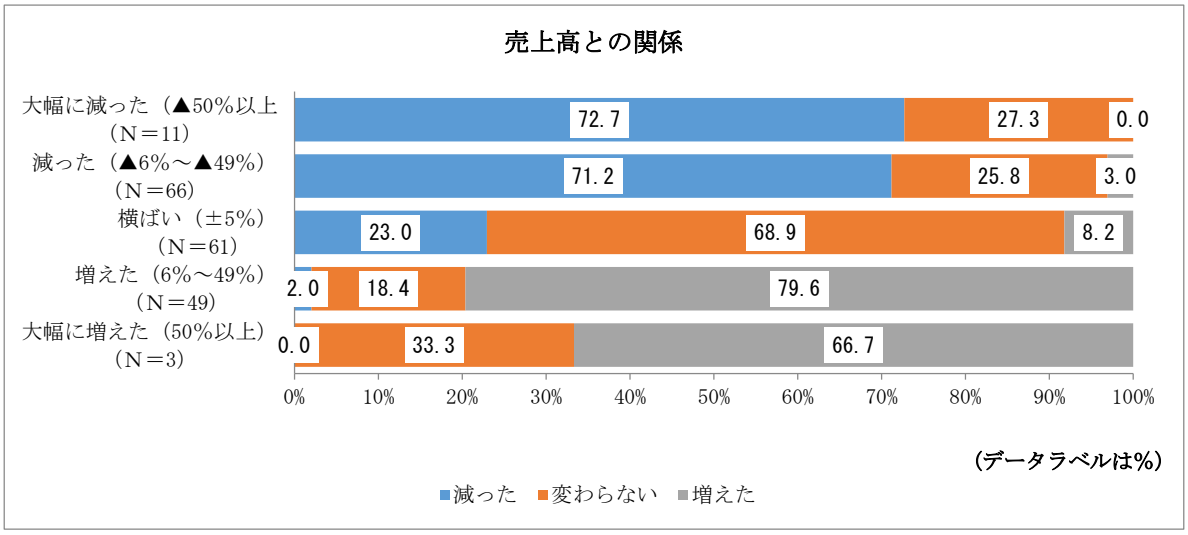
客（受注）数は「変わらない」と回答した事業者が 38%と多いが「減った」と回答した事業者も 35%と多い。「増えた」と回答した事業者は 24%となっており、全体的には、厳しい動向が続いている。

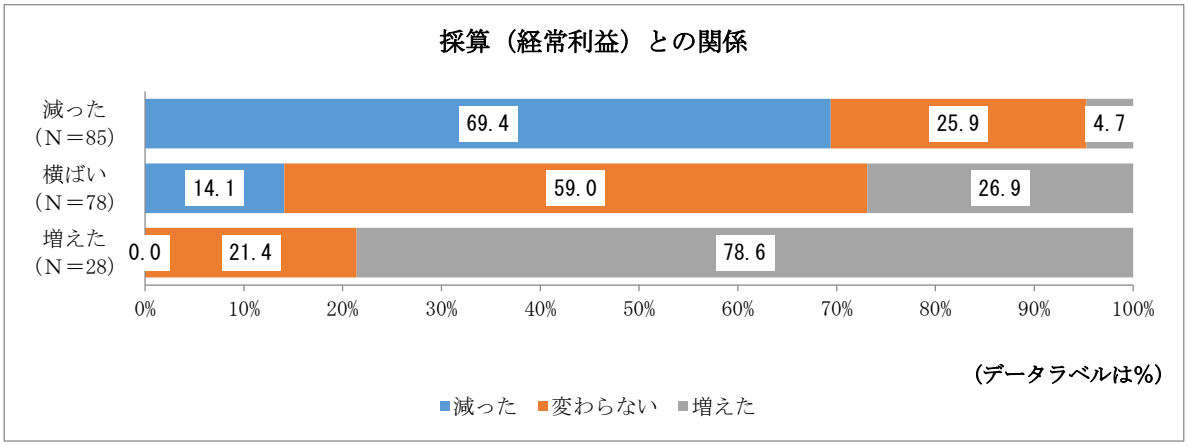
業種別で見ると、「卸・小売」で「減った」と回答した割合が 54%と高い。「飲食」では「増えた」と回答した割合が 37%と高くなっているが「減った」と回答した割合も同程度あり、バラついている。「飲食」については営業制限が解除されたりしたことから「増えた」に繋がった事業者が多かったのではないかと考えられる。売上高との関係では売上高が「(大幅に）減った」事業者では、70%程度が、客（受注数）が「減った」と回答しており、逆に売上高が「(大幅に）増えた」と回答した事業者の 67%～80%が客（受注数）が「増えた」と回答している。また採算（経常利益）との関係では採算（経常利益）が「減った」事業者の 70%が、客（受注数）が「減った」と回答しており、採算（経常利益）が「増えた」事業者の 79%は「増えた」と回答している。

	全　体	減った	変わらない	増えた	不明
件数	197	70	74	48	5
%	100.0	35.5	37.6	24.4	2.5









（エ）客（製品）単価

客（製品）単価は「変わらない」と回答した事業者が 55%と多い。次いで「上昇」と回答した割合が 25%と多く「下落」と回答した事業者は 18%とな

っている。長年、デフレで単価は下落の傾向にあったが今回は、最近の物価上昇が反映された結果であると推測できる。

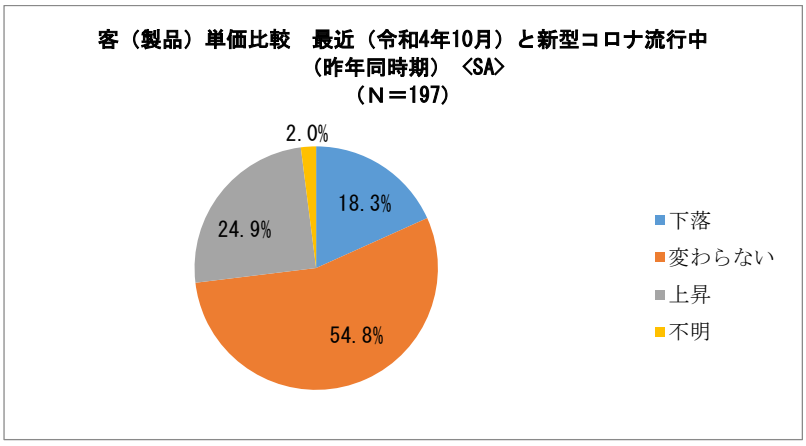
業種別で見ると、「卸・小売」では「下落」と回答した割合が他業種に比較して多く、「製造」「建設」は「上昇」と回答した割合が相対的に高くなっている。

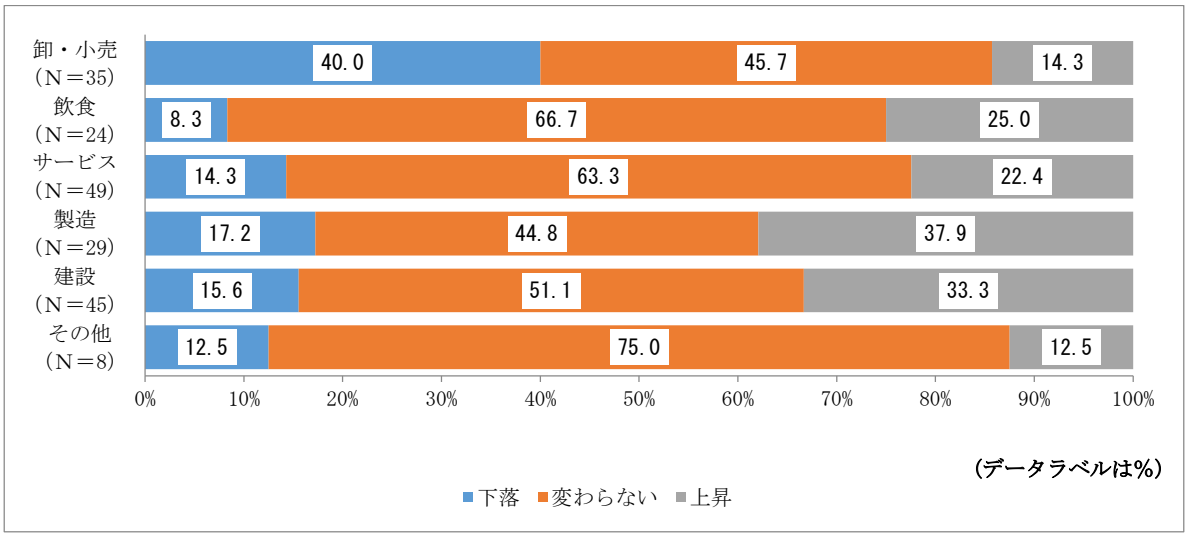
売上高との関係では、売上高が「(大幅に) 減った」と回答した事業者は客（製品）単価が「下落」したと回答した割合が高くなっており、「(大幅に) 増えた」と回答した事業者は「上昇」と回答した割合が高い。

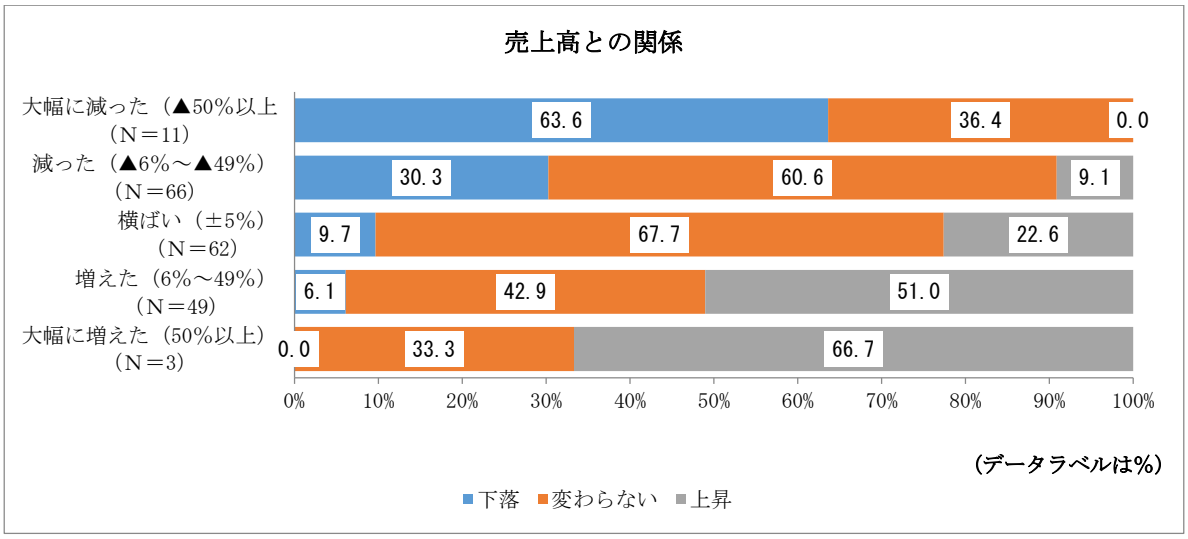
採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者は客（製品）単価が「下落」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「上昇した」と回答した割合が高くなっている。

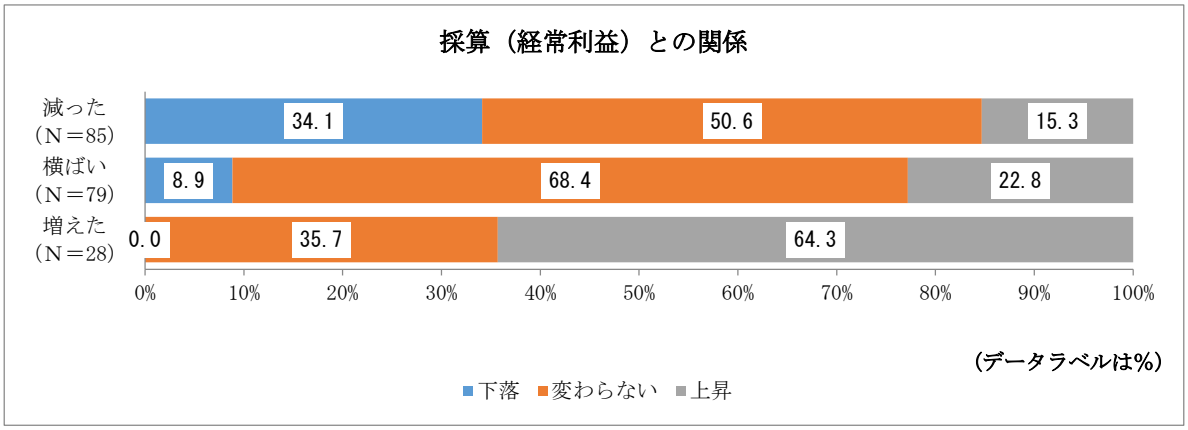
客（受注）数との関係では、客（受注）数が「減った」と回答した事業者では客（製品）単価が「下落」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者では「上昇」したと回答した割合が高くなっている。

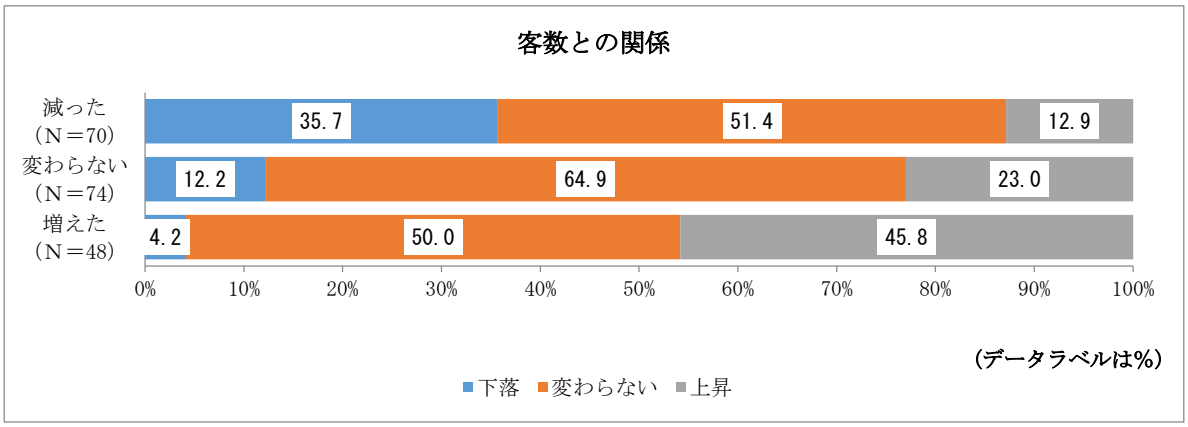
	全　体	下落	変わらない	上昇	不明
件　数	197	36	108	49	4
%	100.0	18.3	54.8	24.9	2.0











（オ）経　　費

経費は「増えた」と回答した事業者が 57%で多くなっており、最近の物価高の影響が裏付けられた結果となっている。

業種別で見ると、全ての業種で「増えた」と回答した割合が高くなっているが、特に「飲食」「製造」「建設」で高くなっている。

売上高との関係では、売上高に関わらず「増えた」と回答した割合が一番高いが、特に「(大幅に）増えた」と回答した事業者で経費が「増えた」と回答

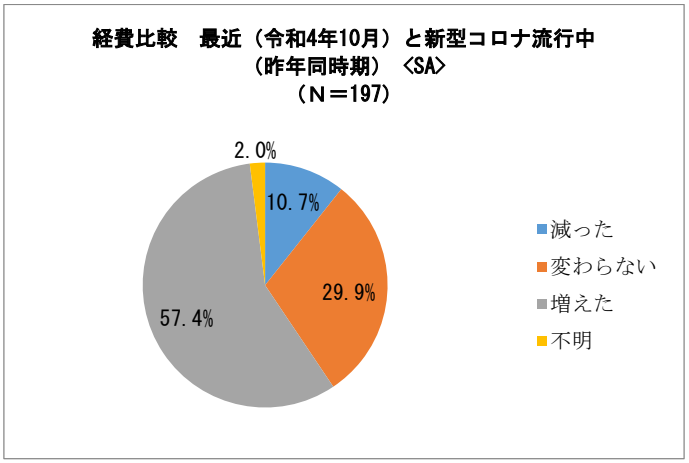
した割合が高く、「(大幅に）減った」と回答した事業者は「減った」と回答した割合が相対的に高くなっている。

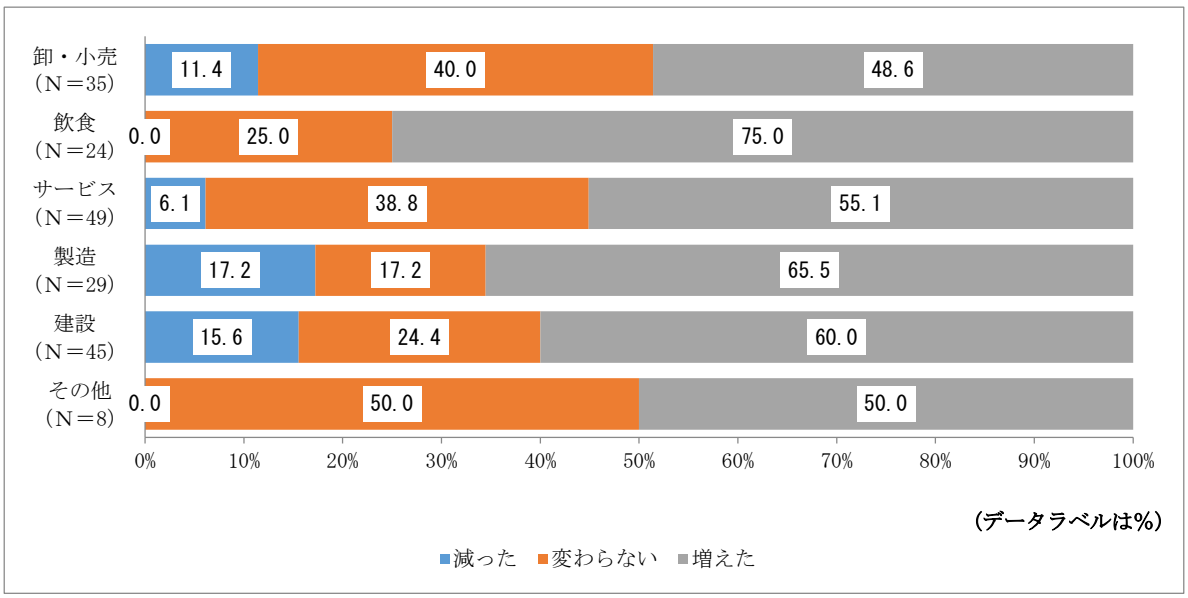
採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）に関係なく「増えた」と回答した割合が高いが、特に採算（経常利益）が「増えた」と回答した事業者は経費が「増えた」と回答した割合が高くなっている。

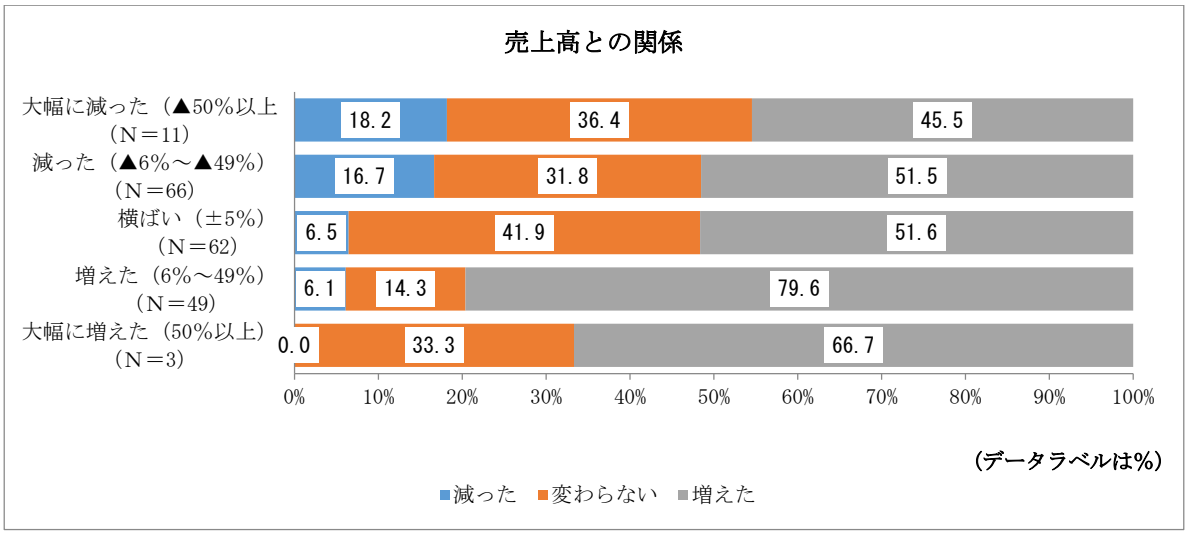
客（受注）数との関係では、客（受注）数が「増えた」と回答した事業者で経費が「増えた」と回答した割合が高くなっている。

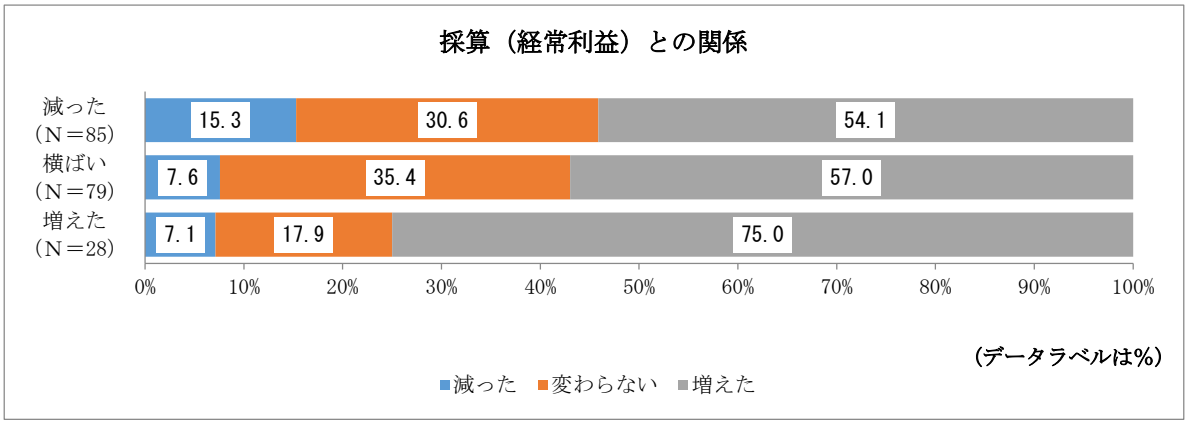
客（製品）単価との関係では、客（製品）単価が「上昇」したと回答した事業者で経費が「増えた」と回答した割合が高くなっている。

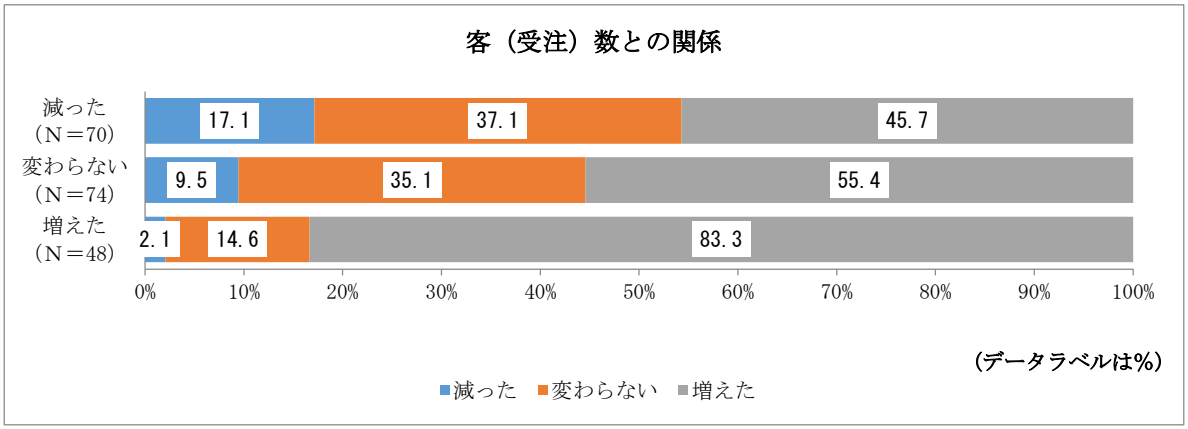
	全　体	減った	変わらない	増えた	不明
件　数	197	21	59	113	4
%	100.0	10.7	29.9	57.4	2.0

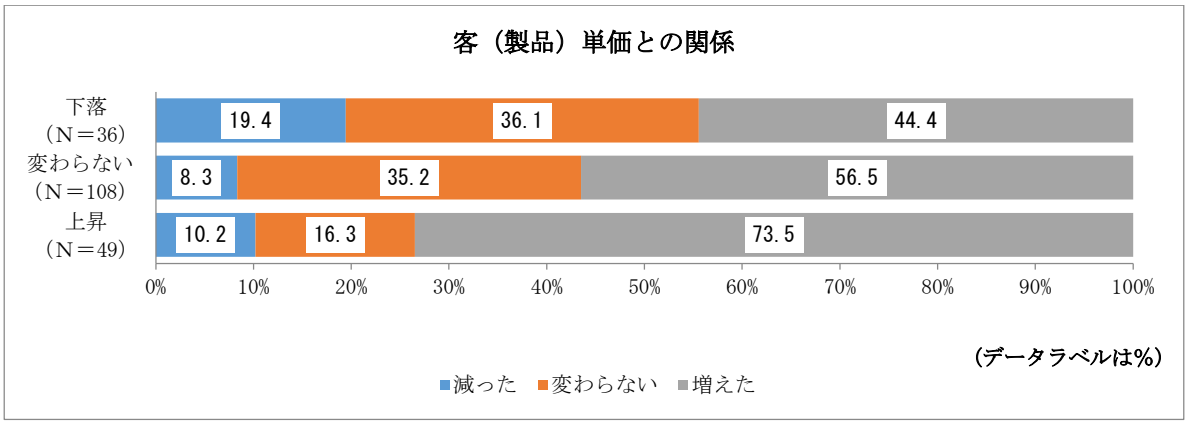





売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上（N＝11）
減った（▲6%～▲49%）（N＝66）
横ばい（±5%）（N＝62）
増えた（6%～49%）（N＝49）
大幅に増えた（50%以上）（N＝3）
18.2
36.4
45.5
16.7
31.8
51.5
6.5
41.9
51.6
6.1
14.3
79.6
0.0
33.3
66.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減った
変わらない
増えた


採算（経常利益）との関係
減った（N＝85）
横ばい（N＝79）
増えた（N＝28）
15.3
30.6
54.1
7.6
35.4
57.0
7.1
17.9
75.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減った
変わらない
増えた


客（受注）数との関係
減った（N＝70）
変わらない（N＝74）
増えた（N＝48）
17.1
37.1
45.7
9.5
35.1
55.4
2.1
14.6
83.3
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減った
変わらない
増えた



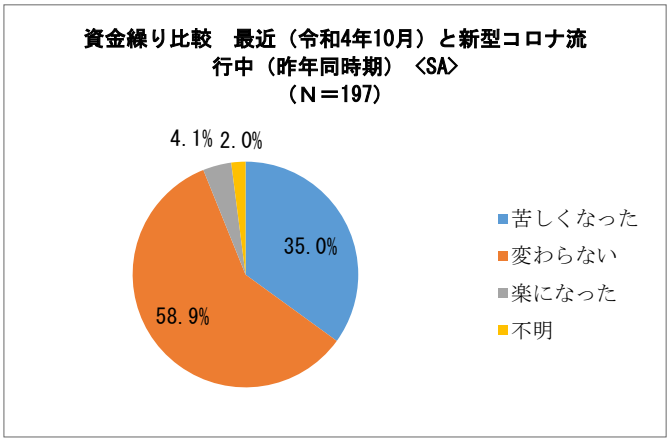
（カ）資金繰り

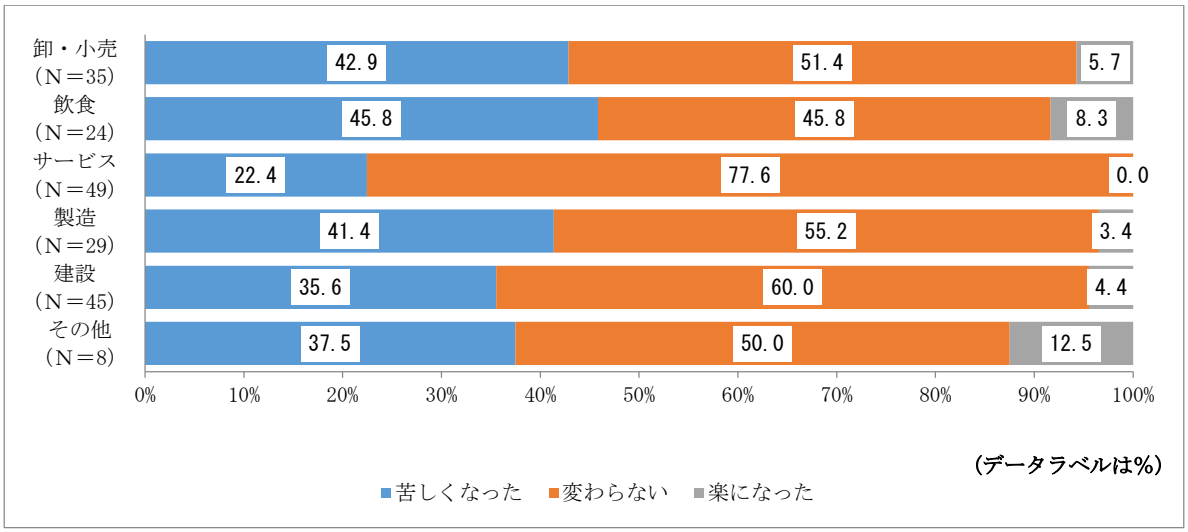
資金繰りは「変わらない」と回答した事業者が 59%を占めるが、「苦しくなった」と回答した事業者も 35%あり、資金繰りが厳しい状況にある事業者が多い。業種別で見ると、「サービス」の 22%以外は 40%前後が「苦しくなった」と回答している。

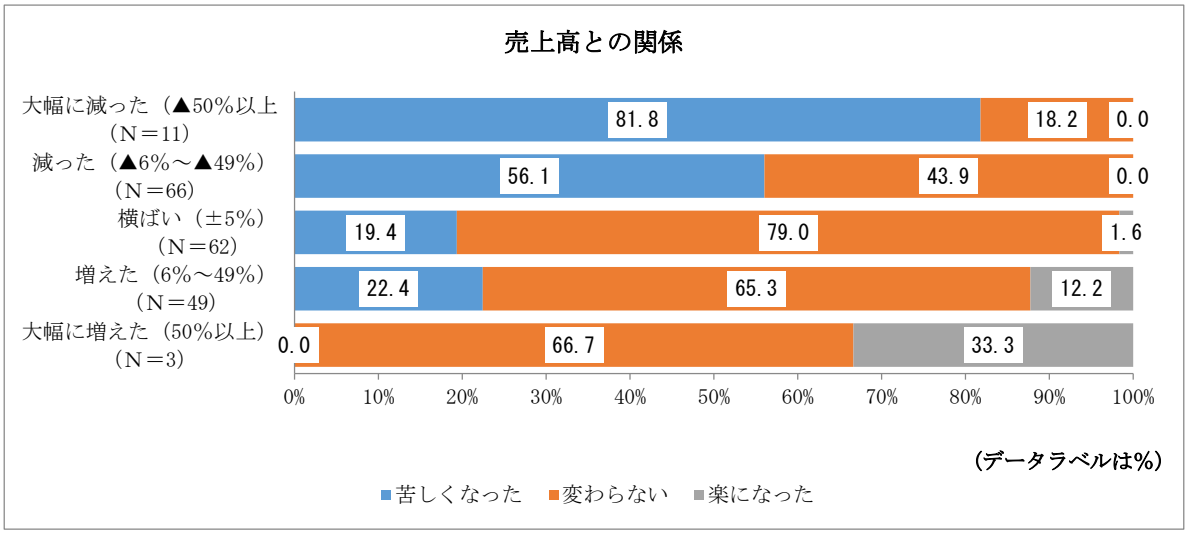
売上高との関係では、売上高が「(大幅に）減った」と回答した事業者では資金繰りが「苦しくなった」と回答した事業者の割合が高くなっている。

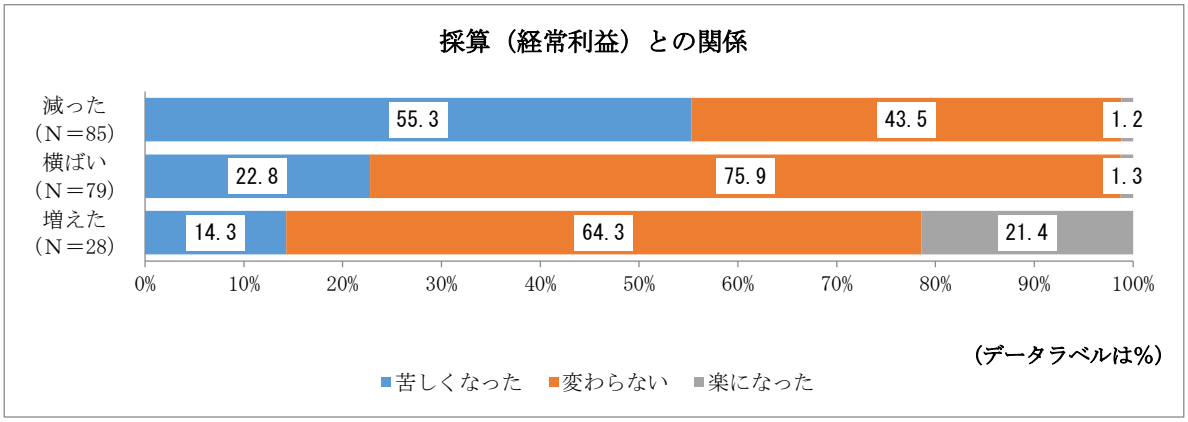
採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者は資金繰りが「苦しくなった」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「楽になった」と回答した割合が高くなっている。客（受注）数との関係では、客（受注）数が「減った」と回答した事業者では資金繰りが「苦しくなった」割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「楽になった」と回答した割合が相対的に高くなっている。客（製品）単価との関係では、客（製品）単価が「下落」と回答した事業者で資金繰りが「苦しくなった」割合が高く、「上昇」と回答した事業者は「楽になった」と回答している割合が相対的に高くなっている。経費との関係では、経費の増減に関わらず、「苦しくなった」割合が「変わらない」の次に高くなっている。

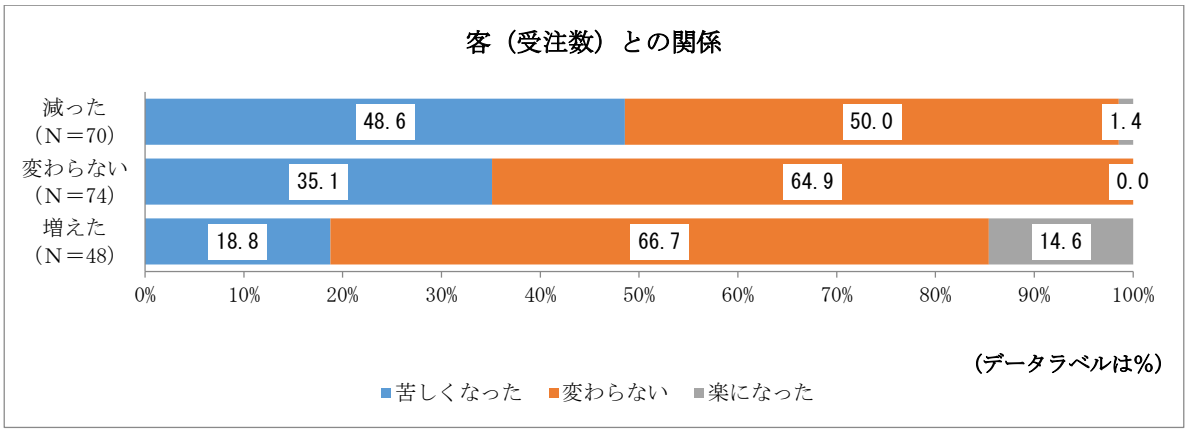
	全　体	苦しくなった	変わらない	楽になった	不明
件　数	197	69	116	8	4
%	100.0	35.0	58.9	4.1	2.0

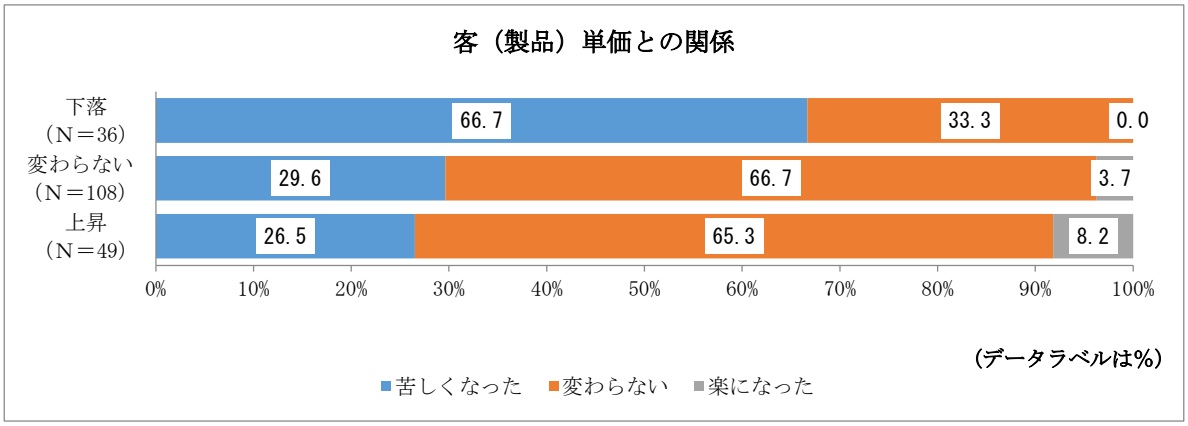


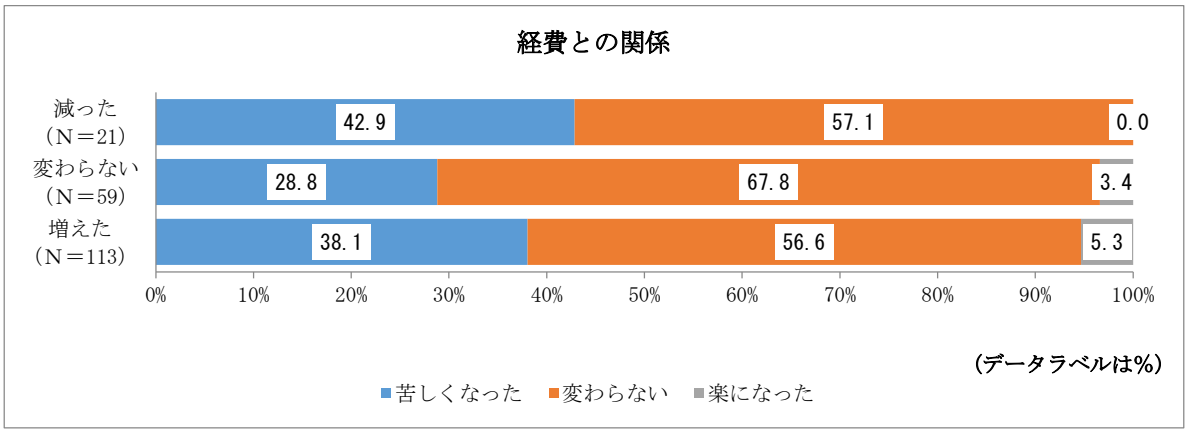

卸・小売
（N＝35）
飲食
（N＝24）
サービス
（N＝49）
製造
（N＝29）
建設
（N＝45）
その他
（N＝8）
42.9
51.4
5.7
45.8
45.8
8.3
22.4
77.6
0.0
41.4
55.2
3.4
35.6
60.0
4.4
37.5
50.0
12.5
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
苦しくなった
変わらない
楽になった


売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上
（N＝11）
減った（▲6%～▲49%）
（N＝66）
横ばい（±5%）
（N＝62）
増えた（6%～49%）
（N＝49）
大幅に増えた（50%以上）
（N＝3）
81.8
18.2
0.0
56.1
43.9
0.0
19.4
79.0
1.6
22.4
65.3
12.2
0.0
66.7
33.3
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
苦しくなった
変わらない
楽になった


採算（経常利益）との関係
減った
（N＝85）
横ばい
（N＝79）
増えた
（N＝28）
55.3
43.5
1.2
22.8
75.9
1.3
14.3
64.3
21.4
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
苦しくなった
変わらない
楽になった







（キ）雇用者数

雇用者数は「変わらない」と回答した事業者がほとんどである。

業種別で見ると、「製造」「飲食」で「増加した」割合が相対的に高くなっている。

売上高との関係では、売上高が「（大幅に）減った」と回答した事業者は相対的に「減少した」割合が高くなっている。採算（経常利益）との関係では採算（経常利益）が「増えた」と回答した事業者で「増加した」割合が高く、「減った」と回答した事業者は「減少した」割合が相対的に高くなっている。

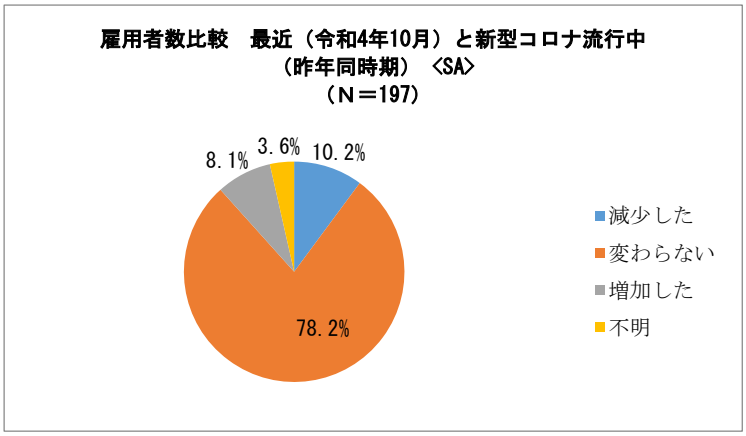
客（受注数）との関係では、客（受注数）が「増えた」と回答した事業者で雇用者数が「増加した」と回答した割合が高く、客（受注数）が「減った」と回答した事業者は「減少した」割合が相対的に高くなっている。

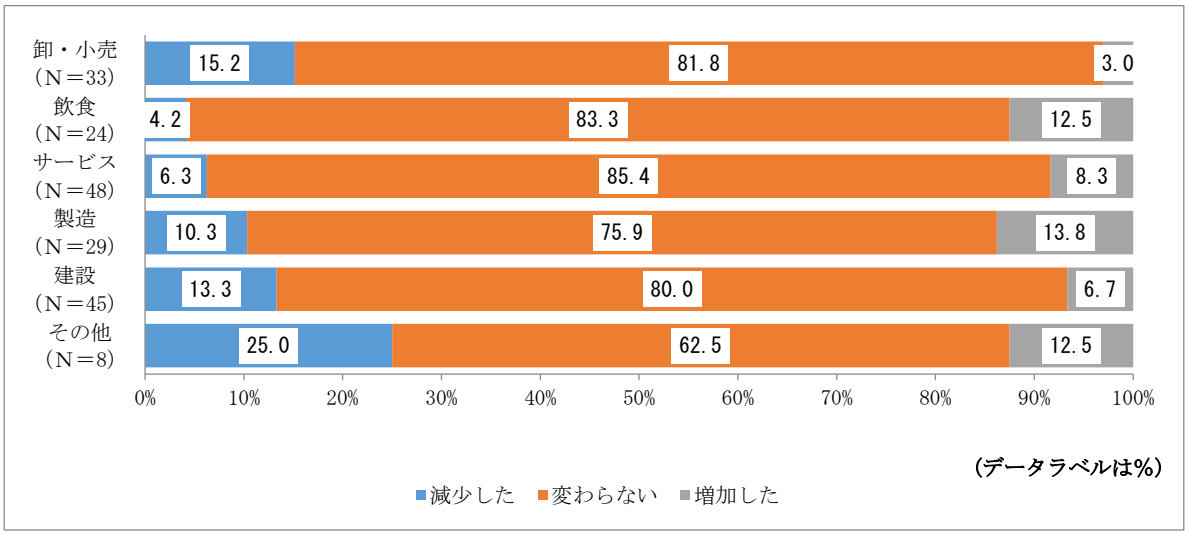
客（製品）単価との関係では客（製品）単価が「上昇」と回答した事業者で雇用者数が「増加した」割合が相対的に高く、客（製品）単価が「下落」と回答した事業者は「減少した」割合が相対的に高くなっている。

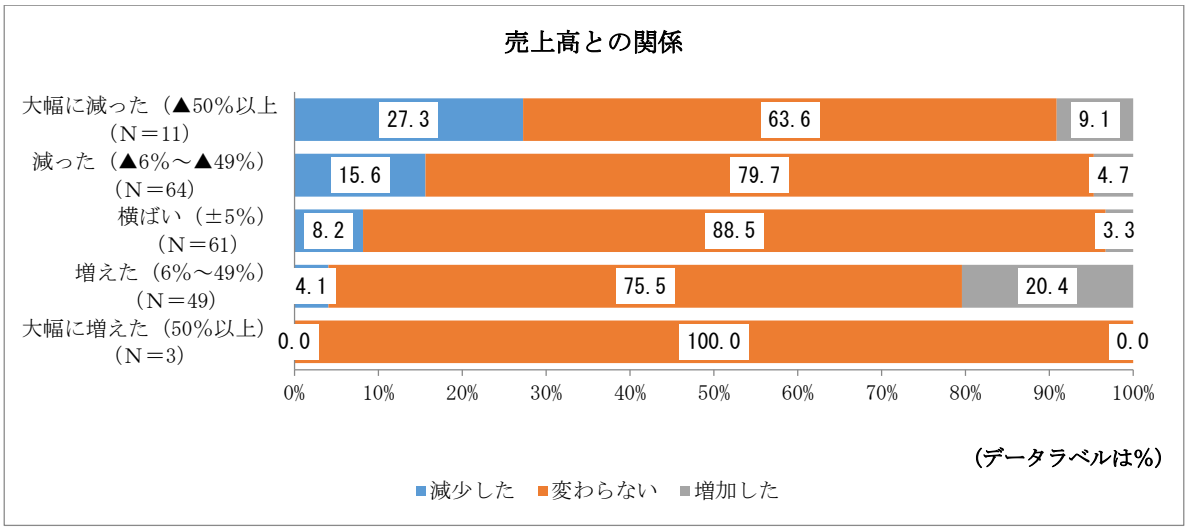
経費との関係では経費が「増えた」と回答した事業者で雇用者数が「増加した」と回答した割合が相対的に高くなっている。

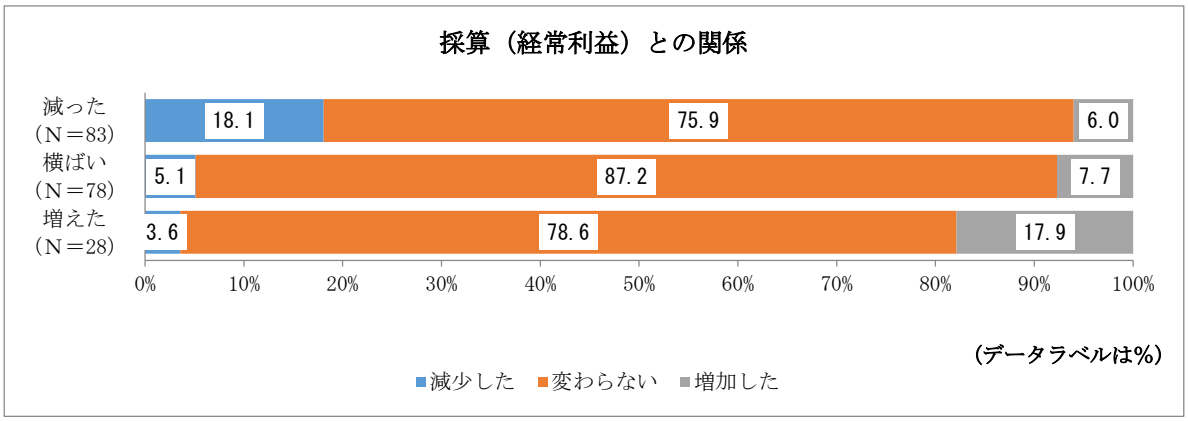
資金繰りとの関係では、資金繰りが「楽になった」と回答した事業者で雇用者数が「増加した」と回答した割合が相対的に高く、「苦しくなった」と回答した事業者は「減少した」割合が相対的に高くなっている。

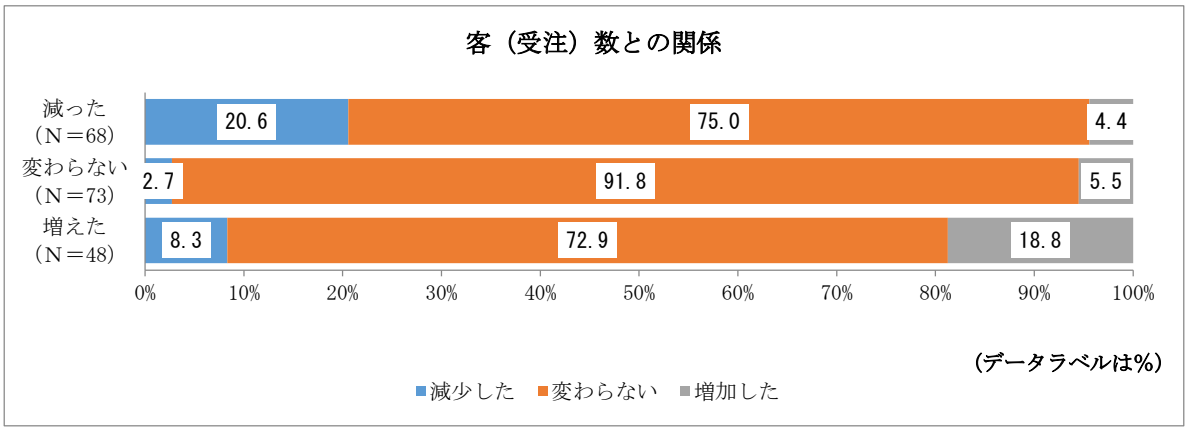
	全　体	減少した	変わらない	増加した	不明
件　数	197	20	154	16	7
%	100.0	10.2	78.2	8.1	3.6

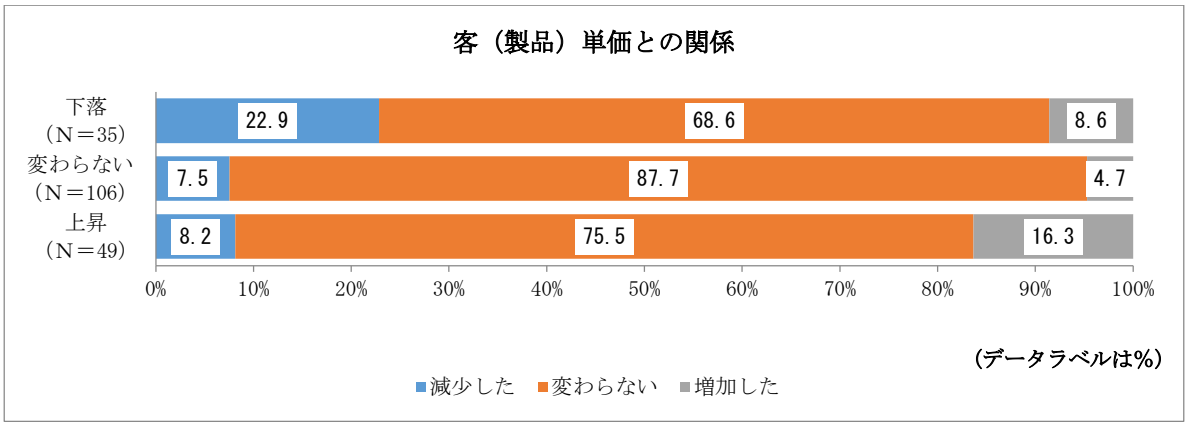


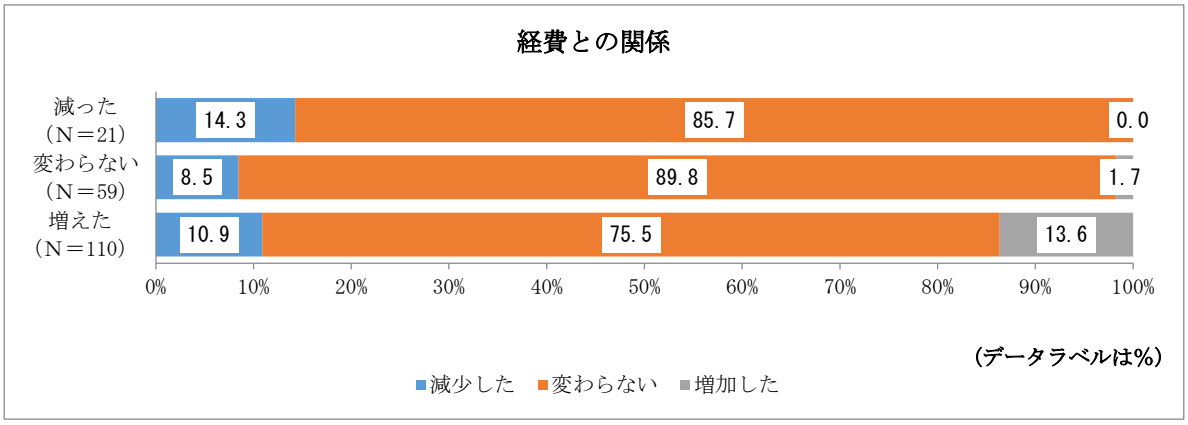


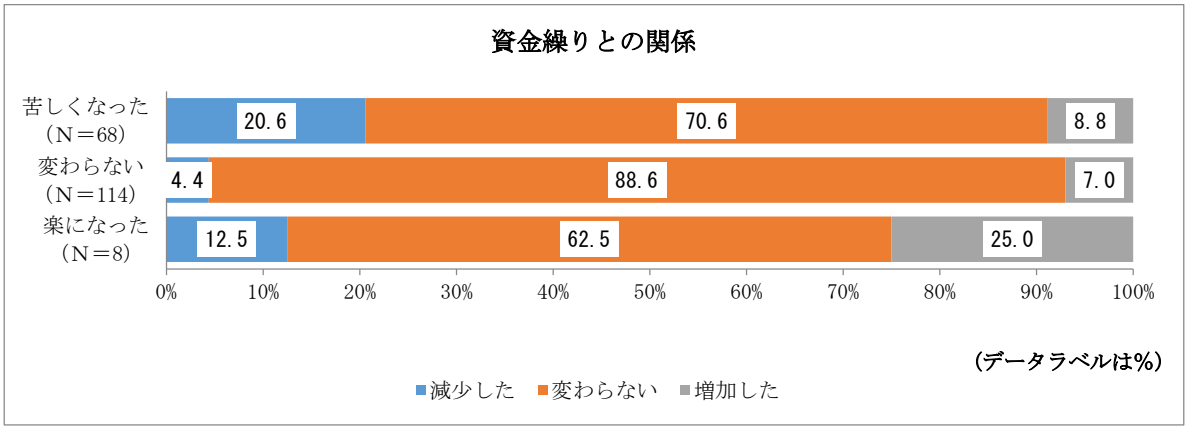

売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上（N＝11）
減った（▲6%～▲49%）（N＝64）
横ばい（±5%）（N＝61）
増えた（6%～49%）（N＝49）
大幅に増えた（50%以上）（N＝3）
27.3
63.6
9.1
15.6
79.7
4.7
8.2
88.5
3.3
4.1
75.5
20.4
0.0
100.0
0.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
(データラベルは%)
減少した
変わらない
増加した


採算（経常利益）との関係
減った（N＝83）
横ばい（N＝78）
増えた（N＝28）
18.1
75.9
6.0
5.1
87.2
7.7
3.6
78.6
17.9
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
(データラベルは%)
減少した
変わらない
増加した


客（受注）数との関係
減った（N＝68）
変わらない（N＝73）
増えた（N＝48）
20.6
75.0
4.4
2.7
91.8
5.5
8.3
72.9
18.8
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
(データラベルは%)
減少した
変わらない
増加した







（ク）設備投資

設備投資は「変わらない」とした事業者が 59%と多くを占めているが「増やした」とした割合が 26%で「縮小した」割合 12%より多くなっている。

業種別で見ると、「製造」「飲食」が相対的に「増やした」割合が高くなっている。

売上高との関係では、売上高が「（大幅に）増えた」と回答した事業者は「増やした」割合が高く、「（大幅に）減った」と回答した事業者は設備投資を「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）が「増えた」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「減った」と回答した事業者は「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

客（受注）数との関係では、客（受注）数が「増えた」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「減った」と回答した事業者は「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

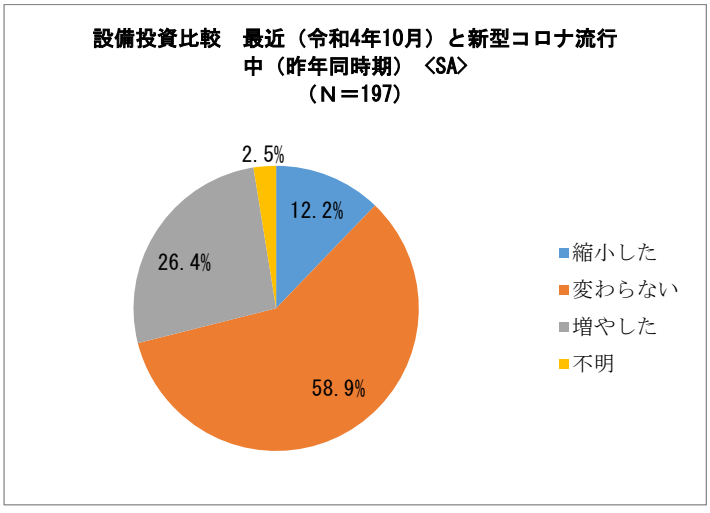
客（製品）単価との関係では、客（製品）単価が「上昇」したと回答した事業者は、設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「下落」したと回答した事業者は「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

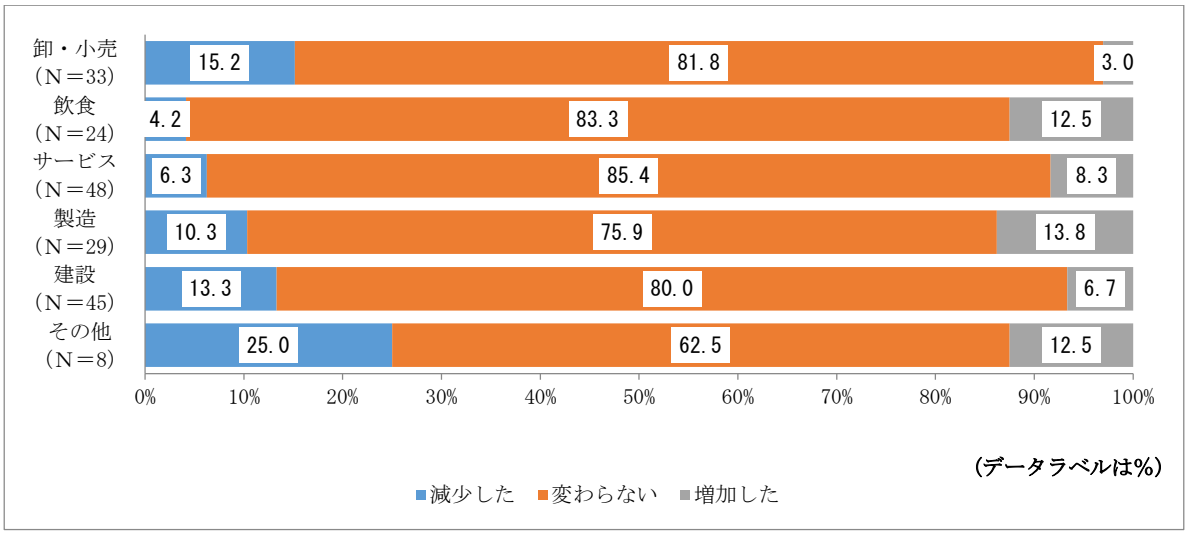
経費との関係では経費が「増えた」と回答した事業者は、設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「減った」と回答した事業者では設備投資を「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

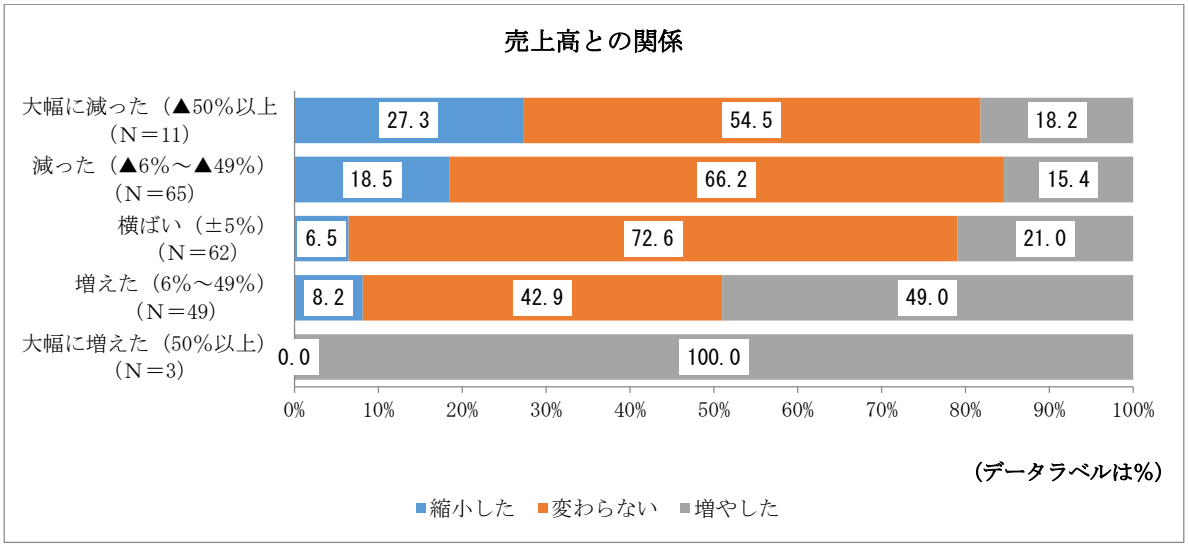
資金繰りとの関係では、資金繰りが「楽になった」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「苦しくなった」と回答した事業者では「縮小した」と回答した割合が相対的に高くなっている。

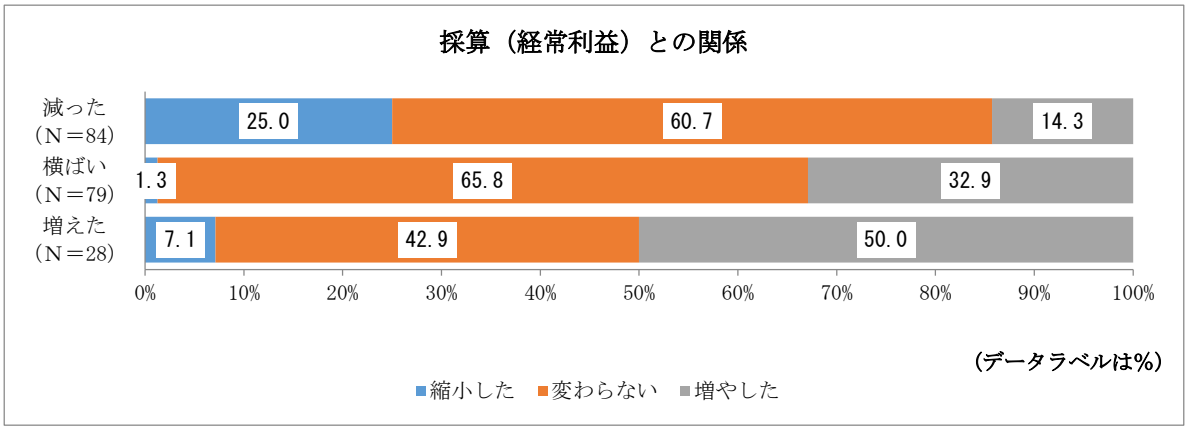
雇用者数との関係では、雇用者数が「増加した」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「減少した」事業者は「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

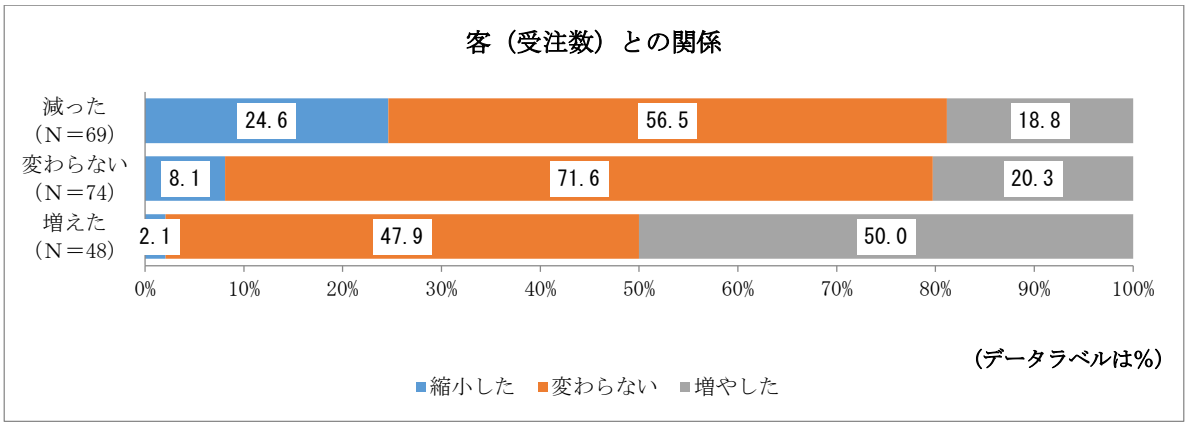
	全　体	縮小した	変わらない	増やした	不明
件　数	197	24	116	52	5
%	100.0	12.2	58.9	26.4	2.5

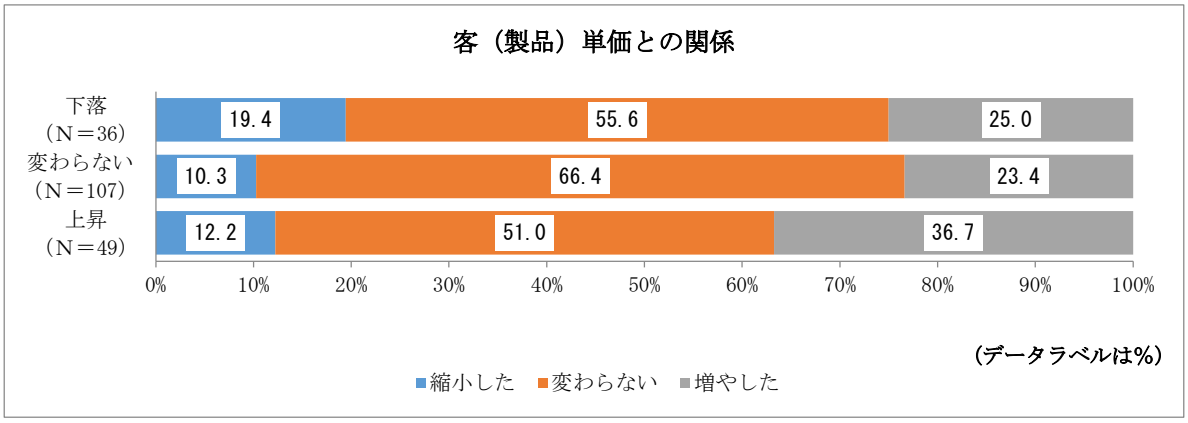


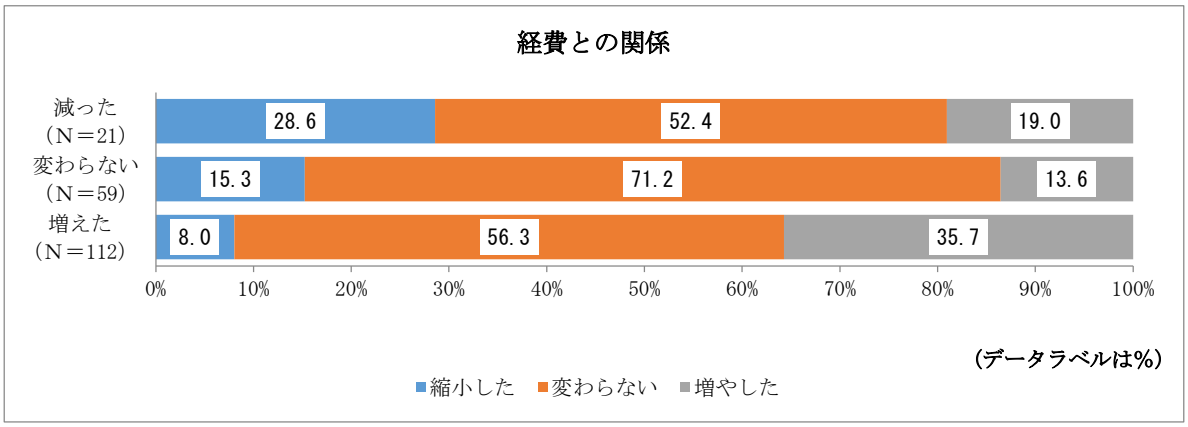

卸・小売（N＝33）
15.2
81.8
3.0
飲食（N＝24）
4.2
83.3
12.5
サービス（N＝48）
6.3
85.4
8.3
製造（N＝29）
10.3
75.9
13.8
建設（N＝45）
13.3
80.0
6.7
その他（N＝8）
25.0
62.5
12.5
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減少した
変わらない
増加した

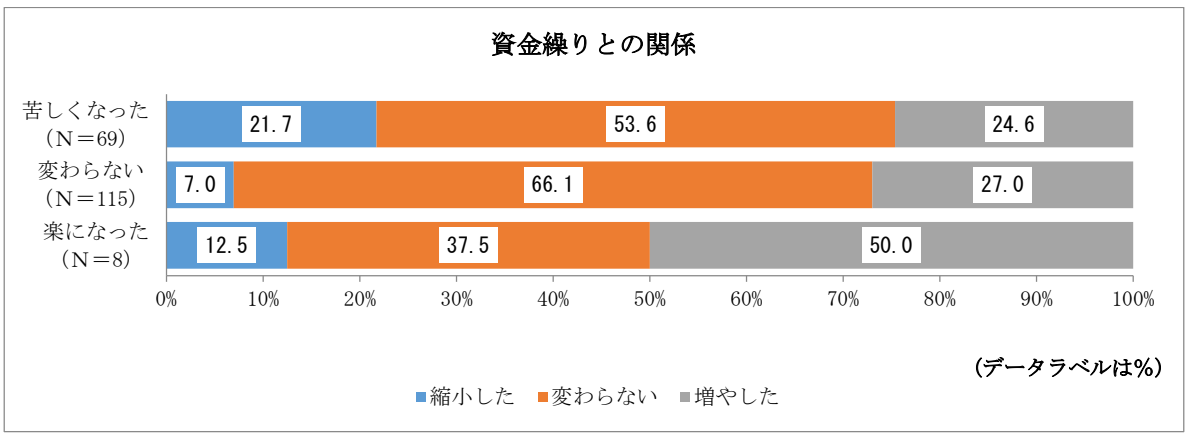

売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上）（N＝11）
27.3
54.5
18.2
減った（▲6%～▲49%）（N＝65）
18.5
66.2
15.4
横ばい（±5%）（N＝62）
6.5
72.6
21.0
増えた（6%～49%）（N＝49）
8.2
42.9
49.0
大幅に増えた（50%以上）（N＝3）
0.0
100.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした

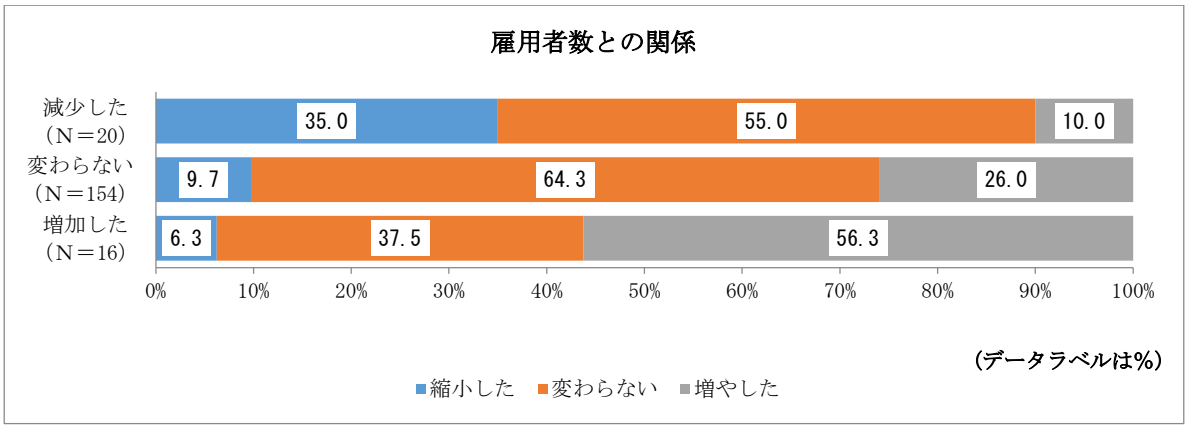

採算（経常利益）との関係
減った（N＝84）
25.0
60.7
14.3
横ばい（N＝79）
1.3
65.8
32.9
増えた（N＝28）
7.1
42.9
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


客（受注数）との関係
減った（N＝69）
変わらない（N＝74）
増えた（N＝48）
24.6
56.5
18.8
8.1
71.6
20.3
2.1
47.9
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


客（製品）単価との関係
下落（N＝36）
変わらない（N＝107）
上昇（N＝49）
19.4
55.6
25.0
10.3
66.4
23.4
12.2
51.0
36.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


経費との関係
減った（N＝21）
変わらない（N＝59）
増えた（N＝112）
28.6
52.4
19.0
15.3
71.2
13.6
8.0
56.3
35.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


資金繰りとの関係
苦しくなった（N＝69）
変わらない（N＝115）
楽になった（N＝8）
21.7
53.6
24.6
7.0
66.1
27.0
12.5
37.5
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした

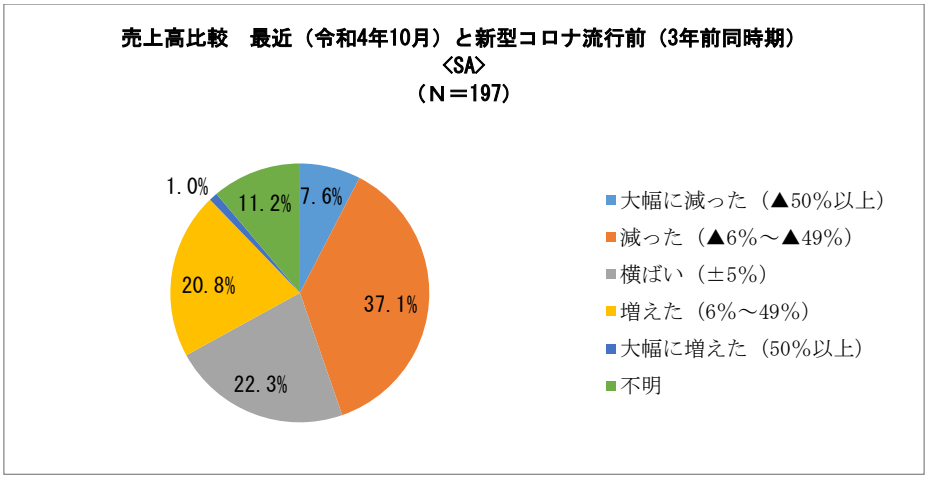

雇用者数との関係
減少した
（N＝20）
変わらない
（N＝154）
増加した
（N＝16）
35.0
55.0
10.0
9.7
64.3
26.0
6.3
37.5
56.3
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした

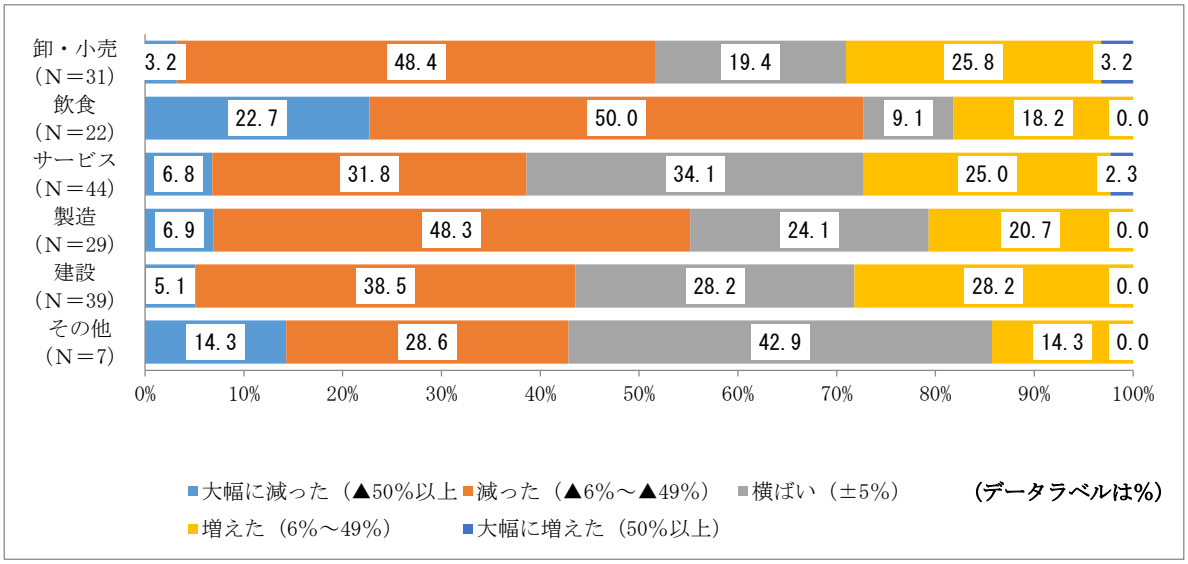
② 3年前（コロナ前）との比較

（ア）売上高

売上高は「減った」と回答した事業者が37%と多く、「大幅に減った」の8%と合わせると45%となり、まだまだコロナ前の状況への回復は遠い状況にある事業者が多い。業種別で見ると、「飲食」で売上高が「大幅に減った」と回答した割合が高く、「減った」も合わせると「飲食」に加え、「製造」「卸・小売」も多くなっている。

	全　体	大幅に減った（▲50%以上）	減った（▲6%～▲49%）	横ばい（±5%）	増えた（6%～49%）	大幅に増えた（50%以上）	不明
件数	197	15	73	44	41	2	22
%	100.0	7.6	37.1	22.3	20.8	1.0	11.2





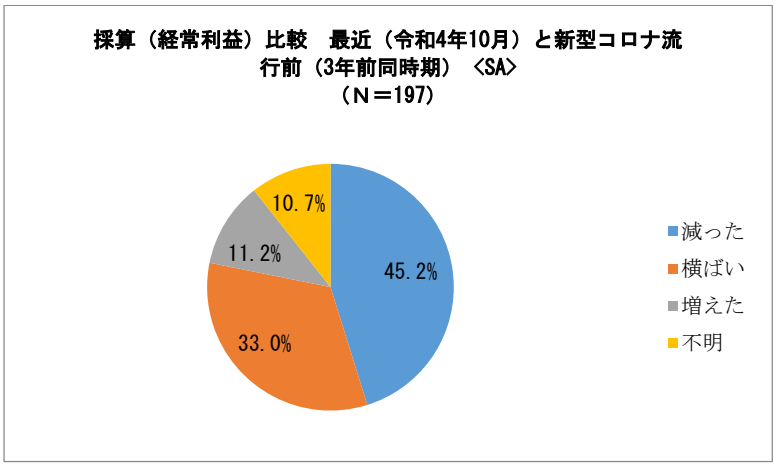
（イ）採算（経常利益）

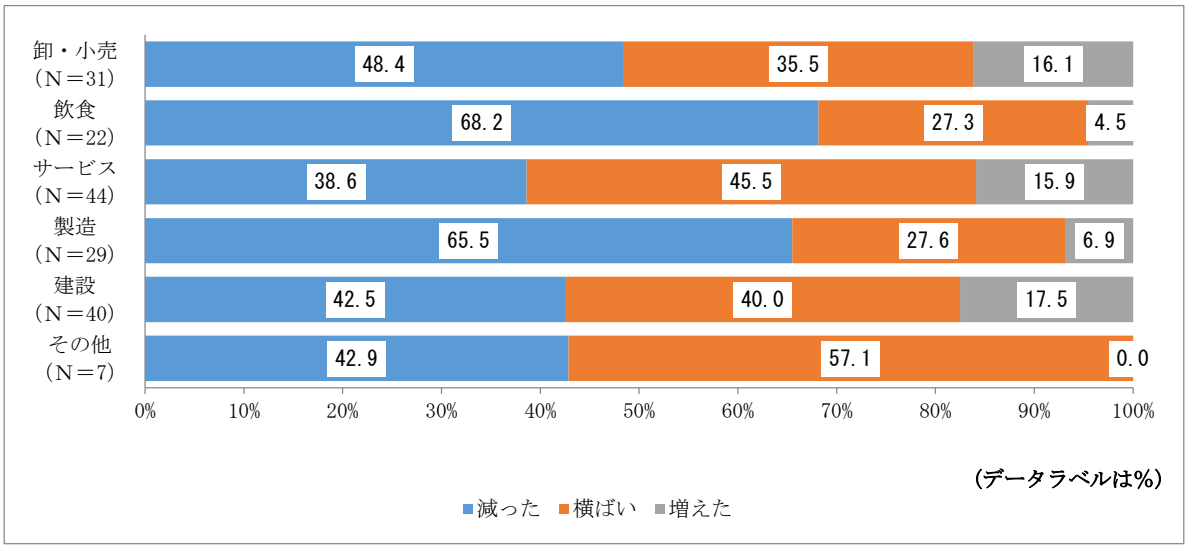
採算（経常利益）は「減った」と回答した事業者が45%と、「増えた」と回答した事業者は11%に留まっており、厳しい経営状況が続いている事業者が多い。

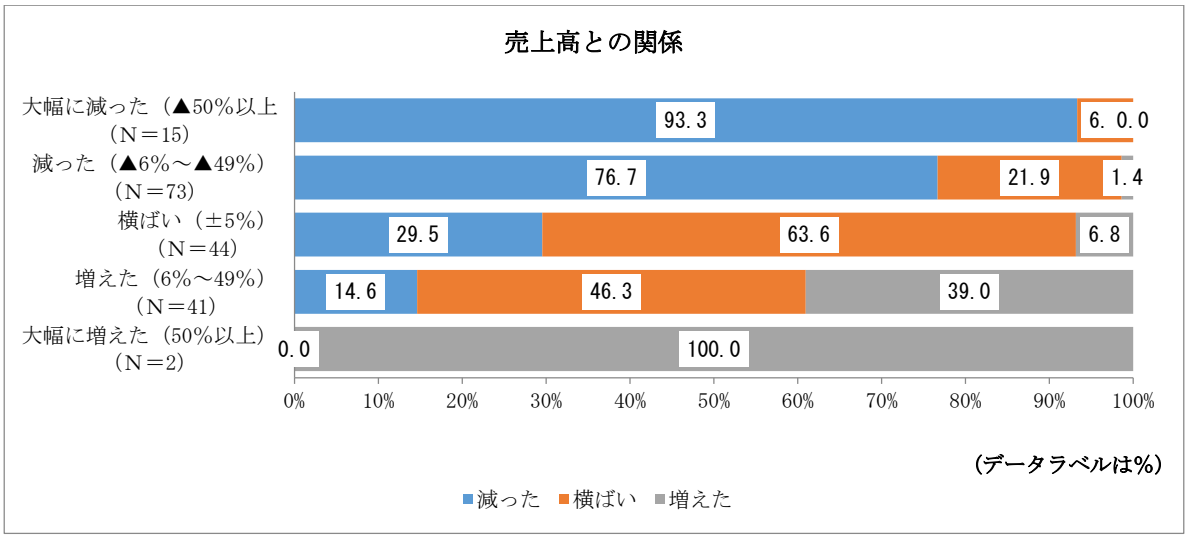
業種別で見ると、「飲食」「製造」で「減った」と回答した割合が特に高い。

売上高との関係では、売上高が「（大幅に）減った」と回答した事業者のほとんどが採算（経常利益）が「減った」と回答している。売上高が「（大幅に）増えた」と回答した事業者は、採算（経常利益）が「増えた」と回答した割合が高くなっている。

	全　体	減った	横ばい	増えた	不明
件　数	197	89	65	22	21
%	100.0	45.2	33.0	11.2	10.7







（ウ）客（受注）数

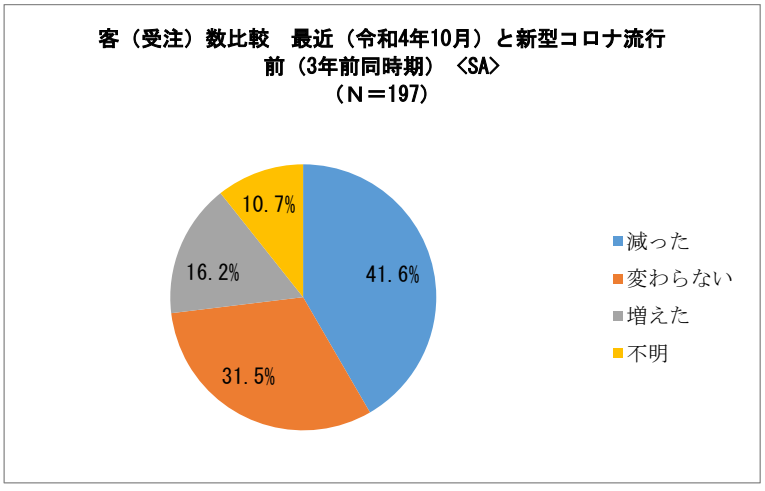
客（受注）数は「減った」と回答した事業者が 42%、「増えた」と回答した事業者は 16%しかなく、厳しい経営状況にある事業者が多い。

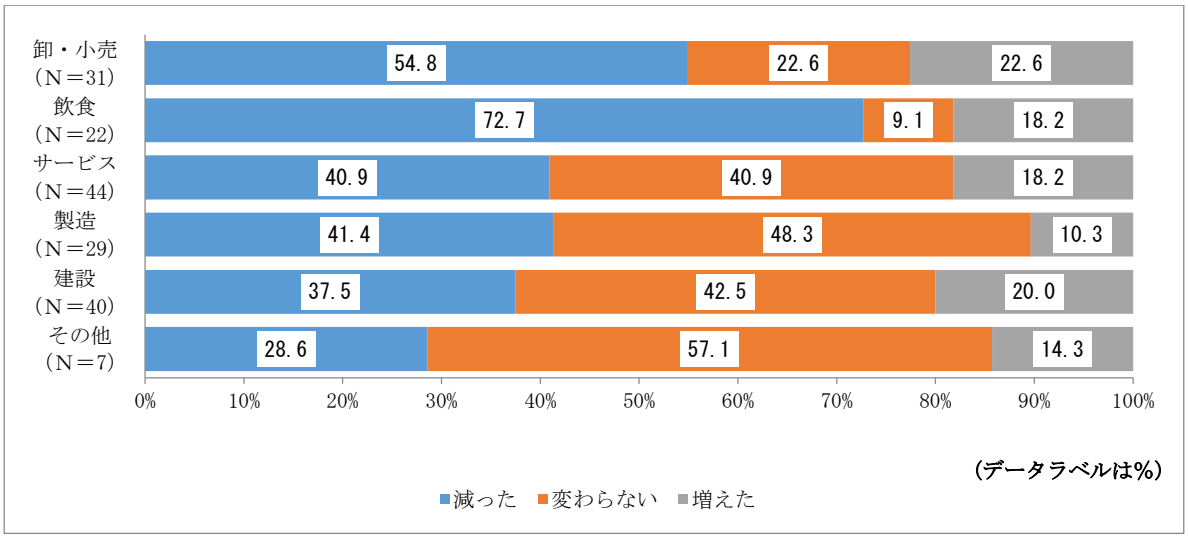
業種別で見ると、全業種で「減った」割合が高いが「飲食」「卸・小売」で特に「減った」と回答した割合が高くなっている。

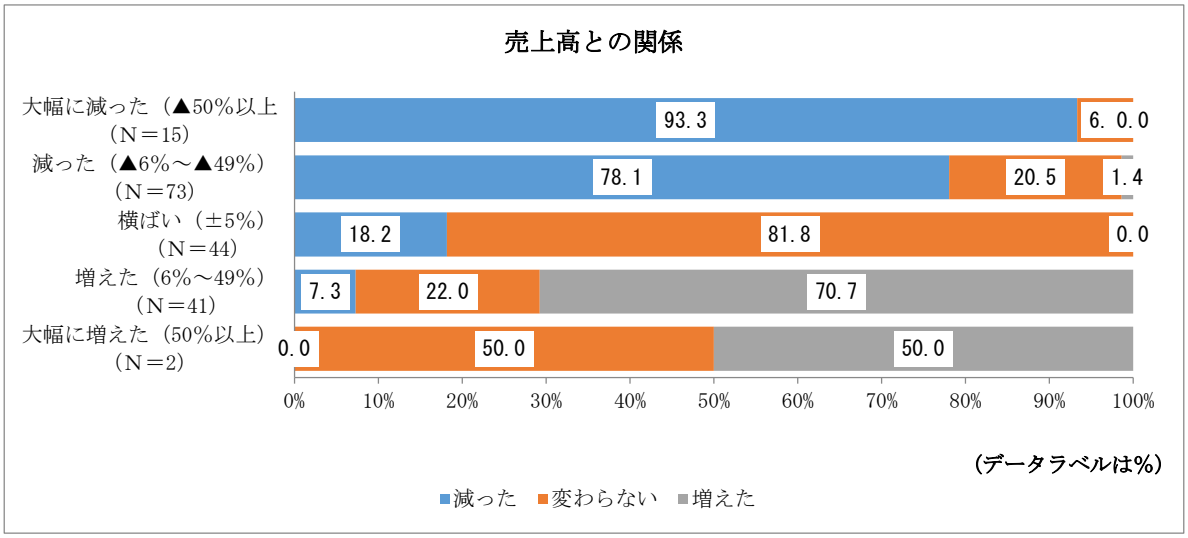
売上高との関係では、売上高が「(大幅に）減った」と回答した事業者のほとんどが客（受注数）が「減った」と回答しており、「(大幅に）増えた」と回答した事業者は「増えた」と回答した割合が高くなっている

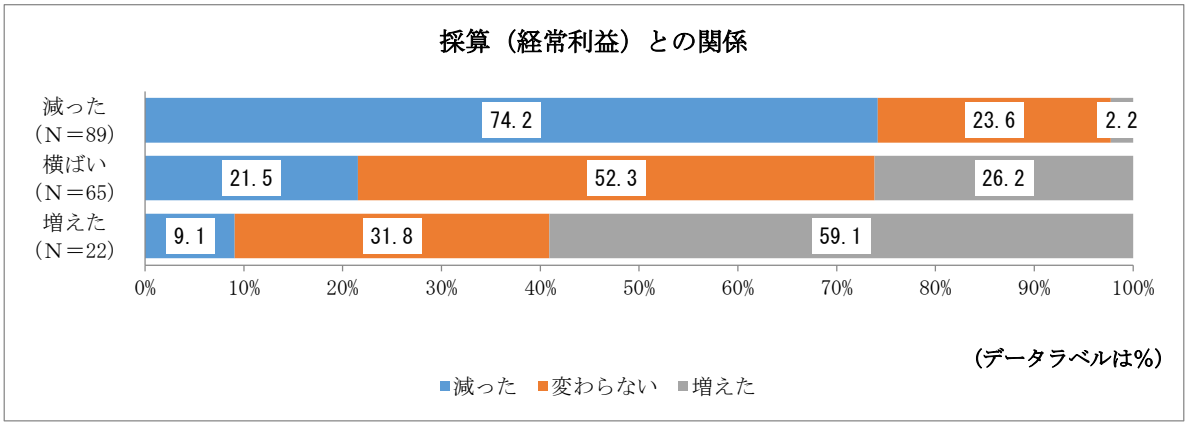
採算（経常利益）との関係では採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者では客（受注数）が「減った」と回答した割合が非常に高くなっており、「増えた」と回答した事業者は「増えた」と回答した割合が高くなっている。

	全　体	減った	変わらない	増えた	不明
件数	197	82	62	32	21
%	100.0	41.6	31.5	16.2	10.7









（エ）客（製品）単価

客（製品）単価は 48%が「変わらない」と回答しているが、「上昇」と「下落」と回答した割合が 20%前後と拮抗している。

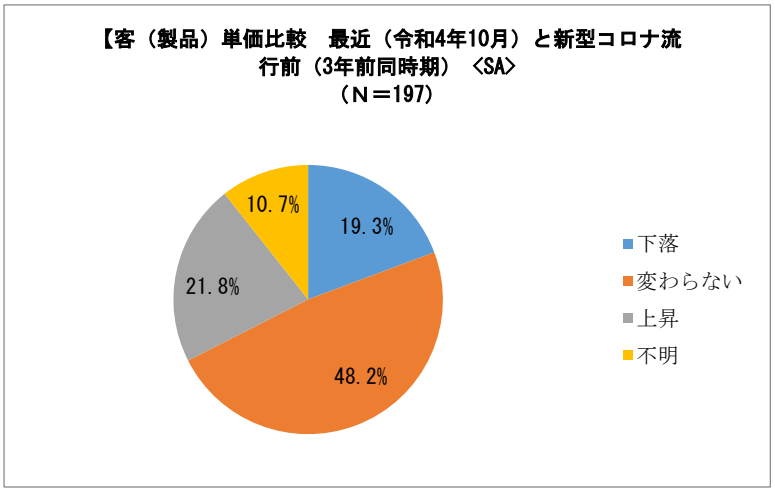
業種別で見ると、「卸小売」は「下落」と回答した割合が「上昇」と回答した割合より高く、「サービス」「製造」「建設」は「上昇」と回答した割合が「下落」と回答した割合より高くなっている。

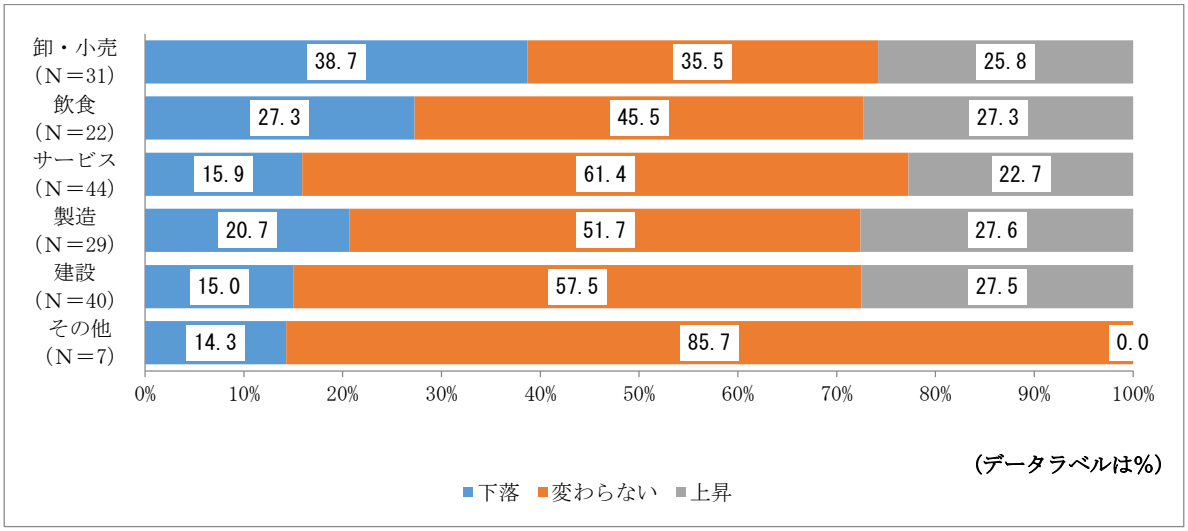
売上高との関係では、「(大幅に) 減った」と回答した事業者が「下落」したと回答した割合が高く「(大幅に) 減った」と回答した事業者は「上昇」と回答した割合が高くなっている。

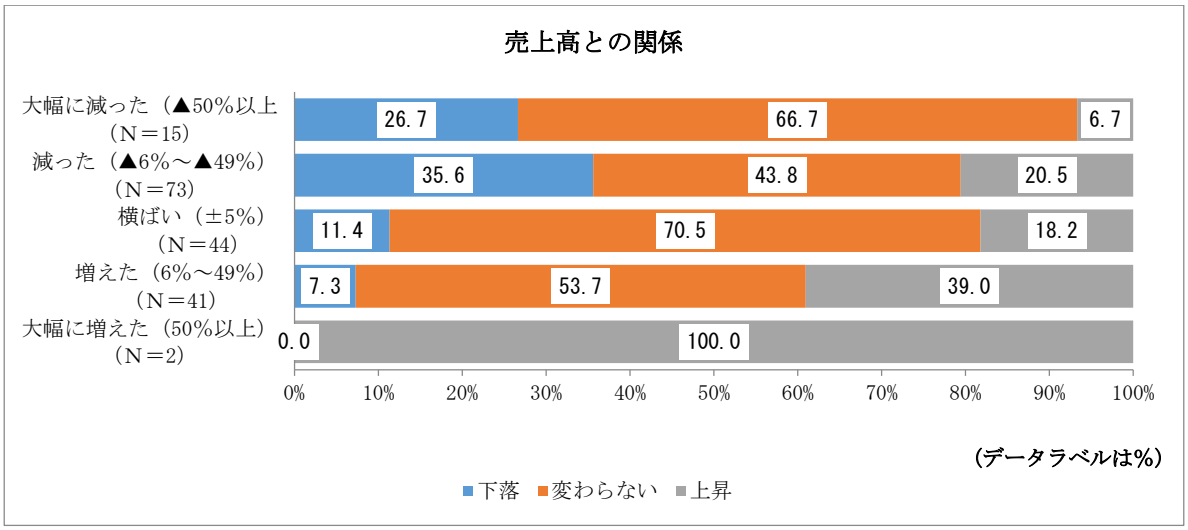
採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者は客（製品）単価が「下落」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「上昇した」と回答した割合が高くなっている。

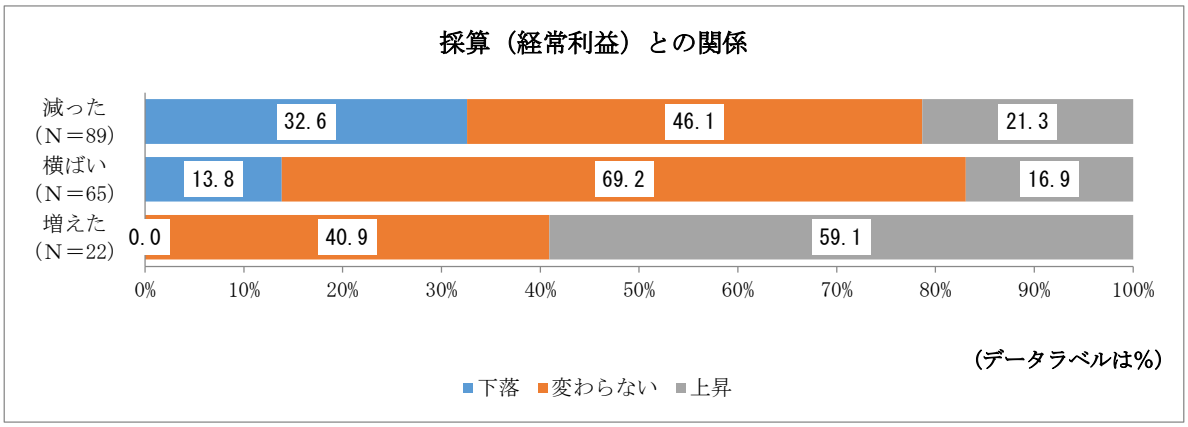
客（受注）数との関係では客（受注）数が「減った」と回答した事業者は客（製品）単価が「下落」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者では客（製品）単価が「上昇」したと回答した割合が高くなっている。

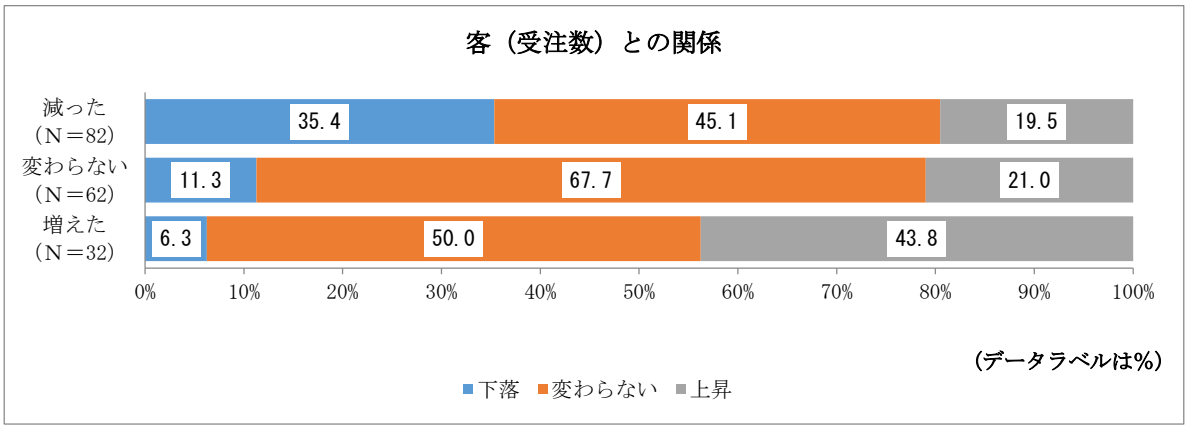
	全　体	下落	変わらない	上昇	不明
件　数	197	38	95	43	21
%	100.0	19.3	48.2	21.8	10.7











（オ）経　　費

経費は「増えた」と回答した事業者が 48%と多く、次いで「変わらない」と回答した事業者が 32%となっている。

業種別で見ると、全業種で「増えた」と回答した事業者が多くなっているが中でも「飲食」が特に高くなっている。

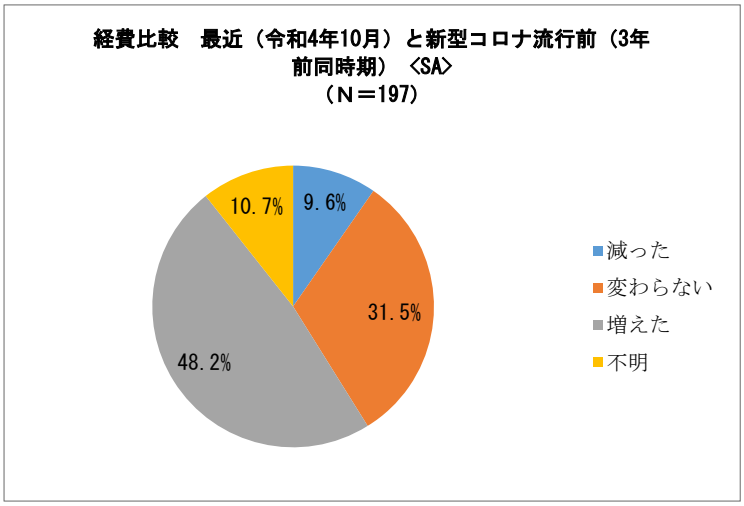
売上高との関係では、全体的に経費が「増えた」と回答した割合は「減った」と回答した割合より高いが、「(大幅に）減った」と回答した事業者は経費が「減った」と回答した割合が相対的に高くなっている。

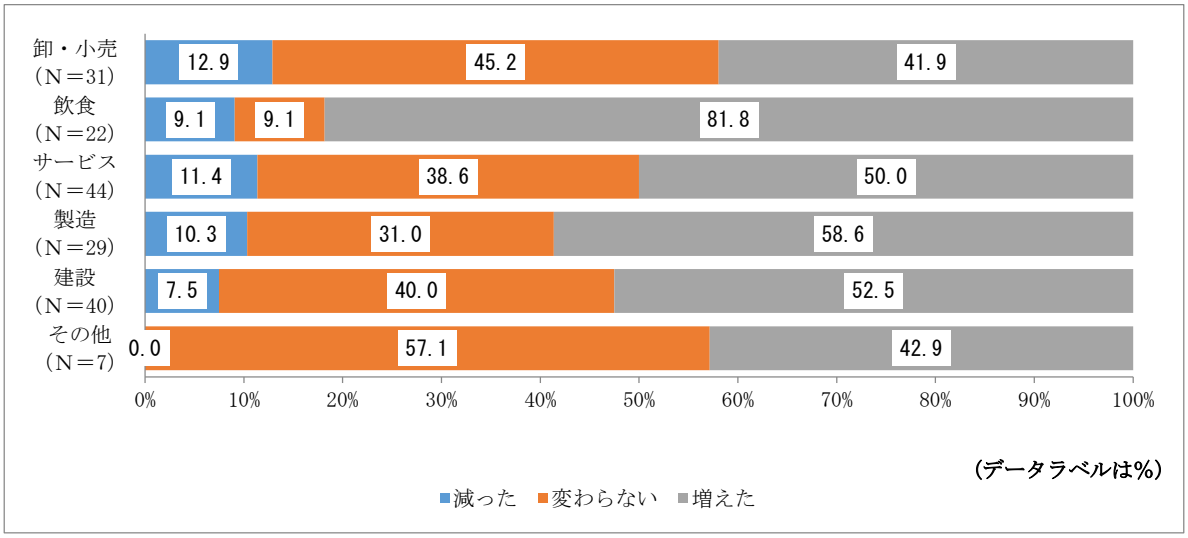
採算（経常利益）との関係では、全体的に経費が「増えた」と回答した割合は「減った」と回答した割合より高いが、採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者は経費が「減った」と回答した割合が相対的に高くなっている。

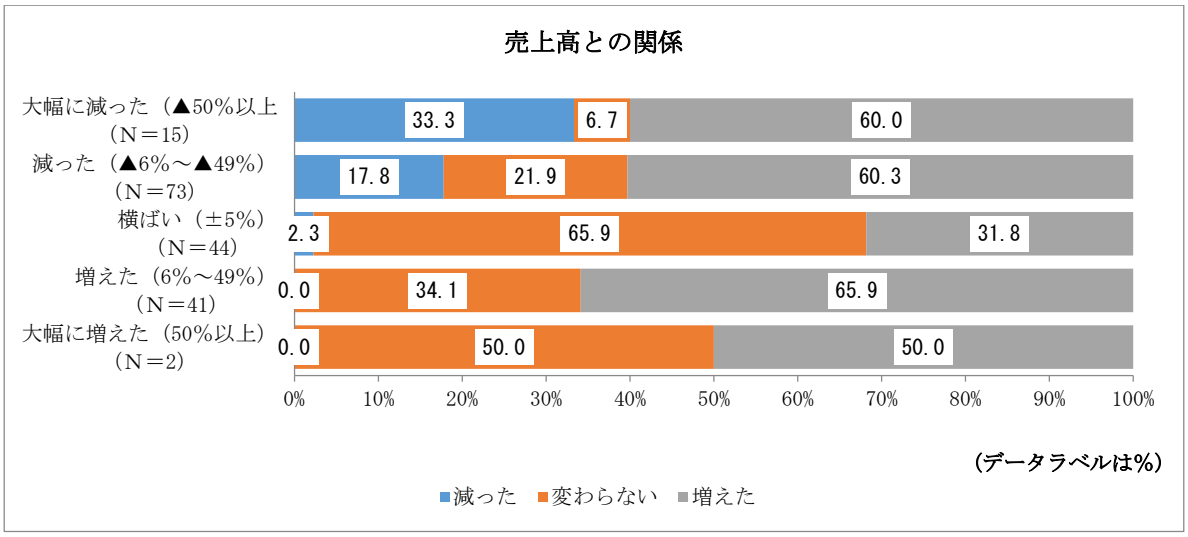
客（受注）数との関係では、全体的に経費が「増えた」と回答した割合は「減った」と回答した割合より高いが、客（受注）数が「減った」と回答した事業者は経費が「減った」と回答した割合が相対的に高くなっている。

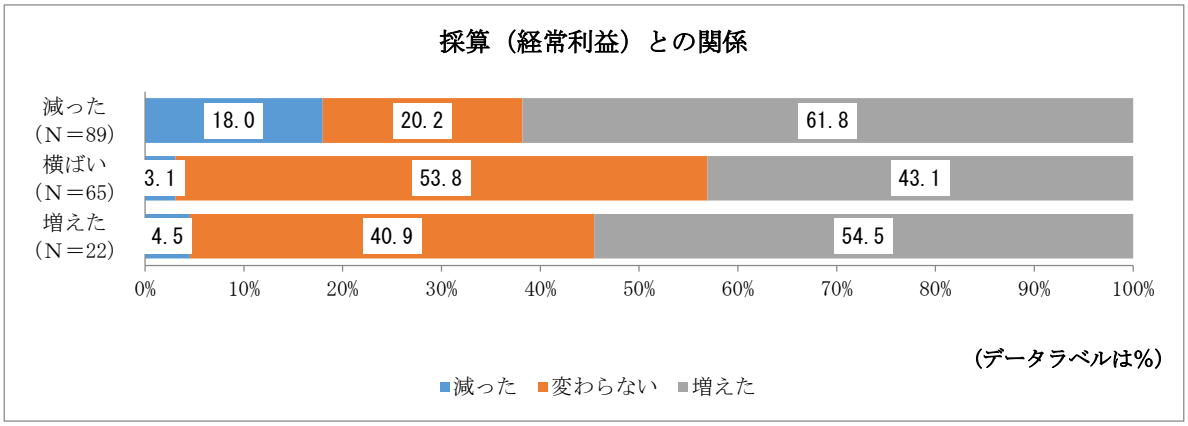
客（製品）単価との関係では、全体的に経費が「増えた」と回答した割合は「減った」と回答した割合より高いが、客（製品）単価が「下落」したと回答した事業者は「減った」と回答した割合が相対的に高くなっている。

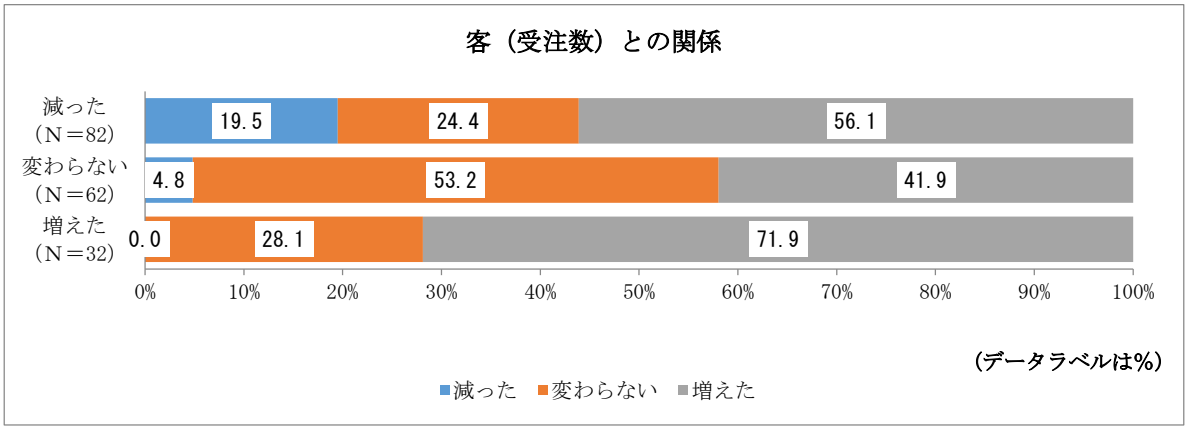
	全　体	減った	変わらない	増えた	不明
件　数	197	19	62	95	21
%	100.0	9.6	31.5	48.2	10.7

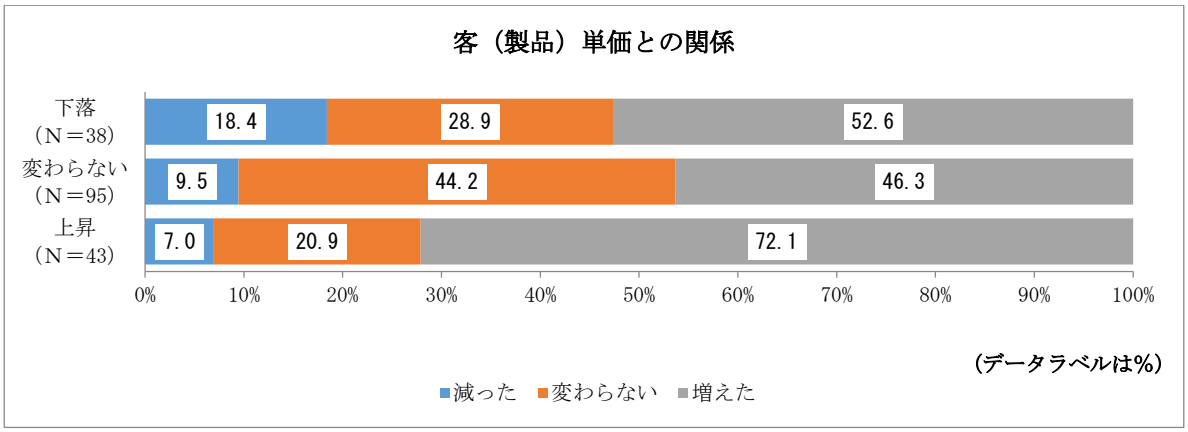





売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上（N＝15）
減った（▲6%～▲49%）（N＝73）
横ばい（±5%）（N＝44）
増えた（6%～49%）（N＝41）
大幅に増えた（50%以上）（N＝2）
33.3
6.7
60.0
17.8
21.9
60.3
2.3
65.9
31.8
0.0
34.1
65.9
0.0
50.0
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減った
変わらない
増えた


採算（経常利益）との関係
減った（N＝89）
横ばい（N＝65）
増えた（N＝22）
18.0
20.2
61.8
3.1
53.8
43.1
4.5
40.9
54.5
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減った
変わらない
増えた


客（受注数）との関係
減った（N＝82）
変わらない（N＝62）
増えた（N＝32）
19.5
24.4
56.1
4.8
53.2
41.9
0.0
28.1
71.9
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減った
変わらない
増えた

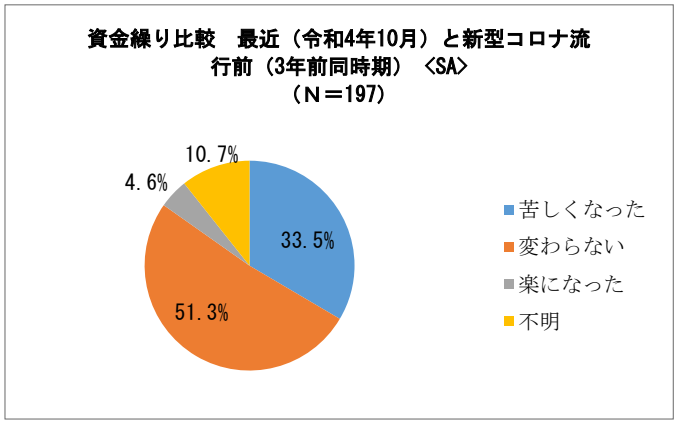


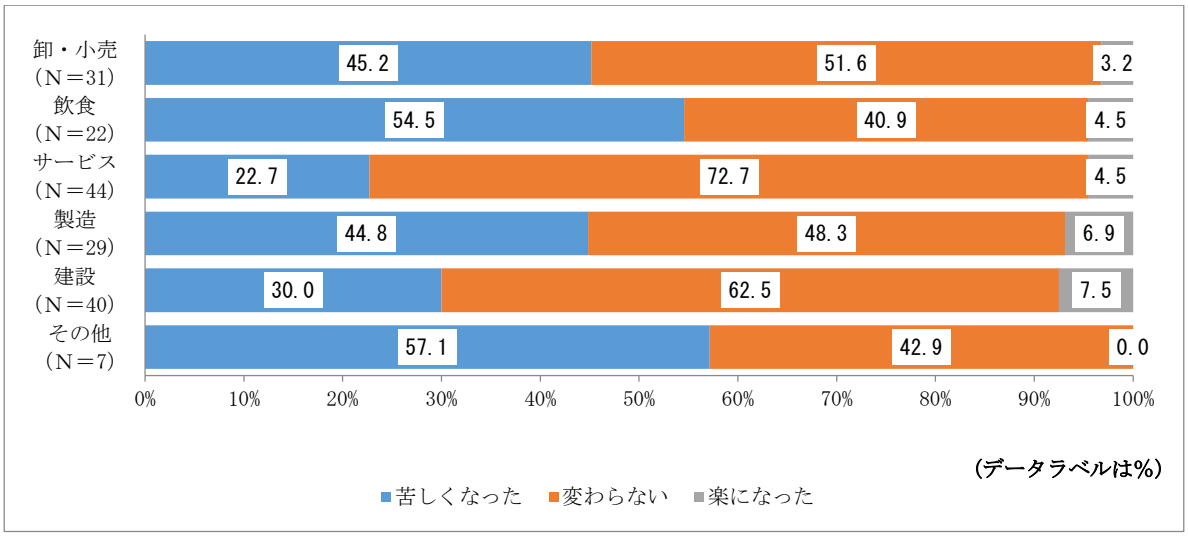
（カ）資金繰り

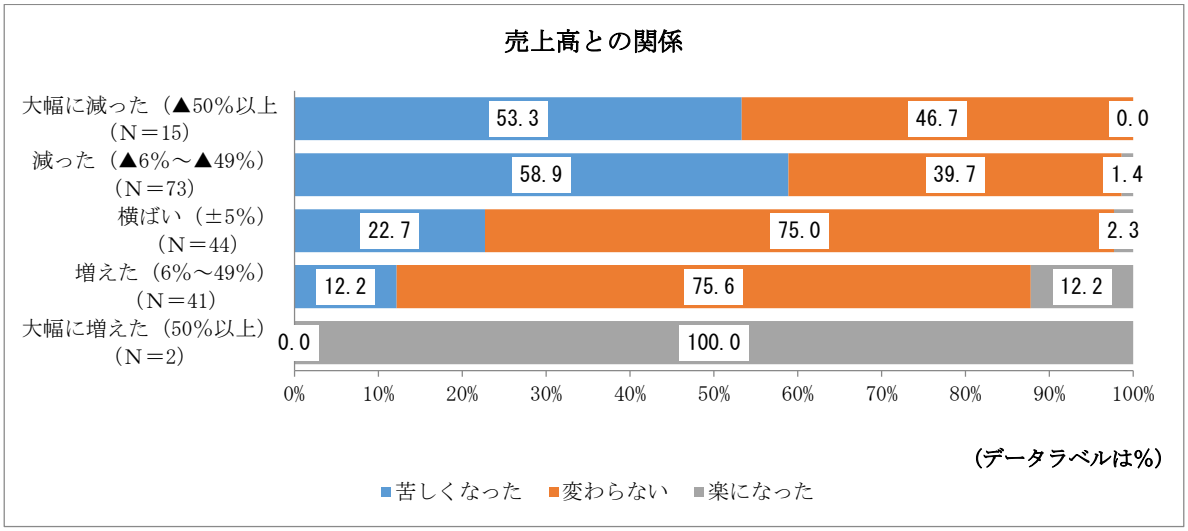
資金繰りは「変わらない」と回答した事業者が 51%を占めるが、「苦しくなった」と回答した事業者も 34%あり、厳しい状況にある事業者が多い。

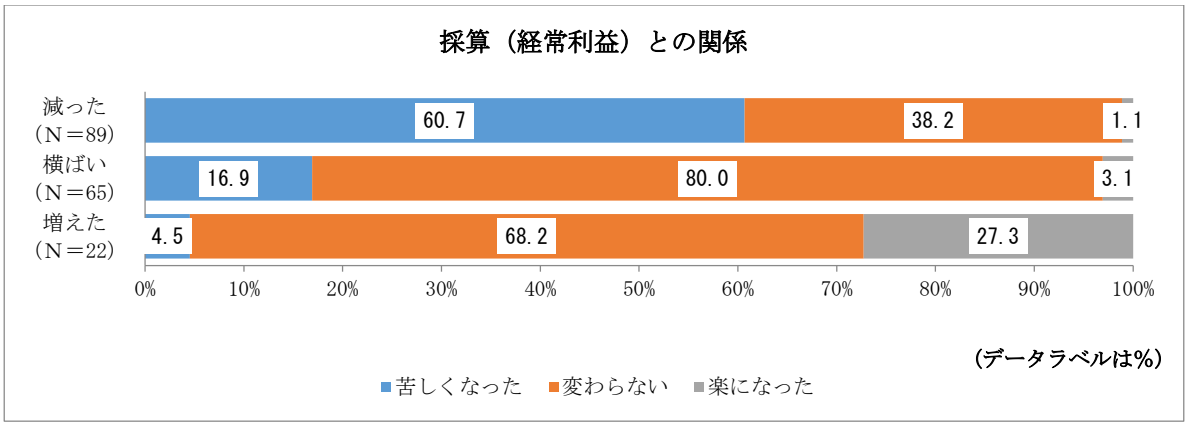
業種別で見ると、「サービス」「建設」は「苦しくなった」と回答した割合が比較的低いが、それ以外は半数程度が「苦しくなった」と回答している。売上高との関係では、売上高が「(大幅に）減った」と回答した事業者は「苦しくなった」と回答した事業者の割合が高く、「(大幅）に増えた」と回答した事業者は「楽になった」と回答した割合が高くなっている。採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者は資金繰りが「苦しくなった」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「楽になった」と回答した割合が高くなっている。客（受注）数との関係では客（受注）数が「減った」と回答した事業者は「苦しくなった」と回答した割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「楽になった」と回答した割合が高くなっている。客（製品）単価との関係では、客（製品）単価が「下落」と回答した事業者は資金繰りが「苦しくなった」と回答した割合が高く、「上昇」と回答した事業者は「楽になった」と回答している割合が高くなっている。

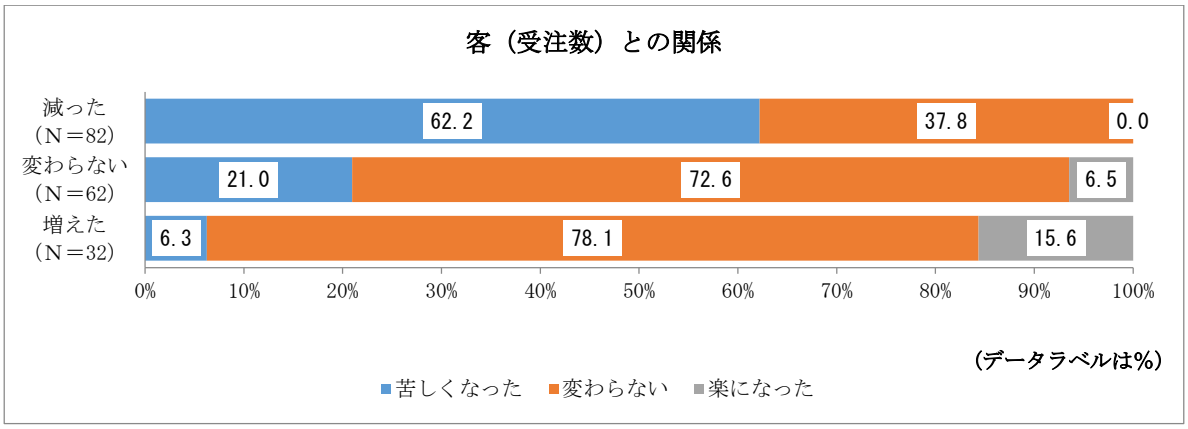
	全　体	苦しくなった	変わらない	楽になった	不明
件　数	197	66	101	9	21
%	100.0	33.5	51.3	4.6	10.7

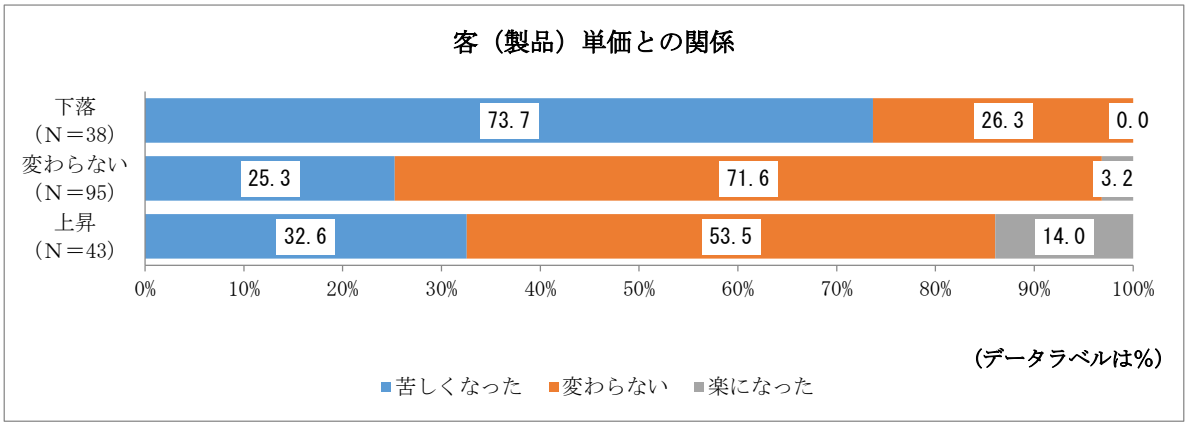


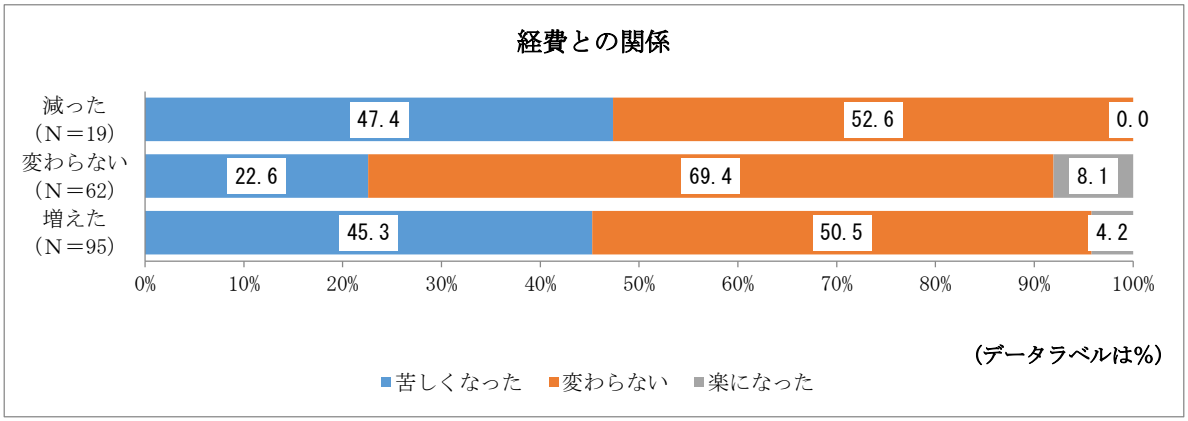

卸・小売（N＝31）
45.2
51.6
3.2
飲食（N＝22）
54.5
40.9
4.5
サービス（N＝44）
22.7
72.7
4.5
製造（N＝29）
44.8
48.3
6.9
建設（N＝40）
30.0
62.5
7.5
その他（N＝7）
57.1
42.9
0.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
苦しくなった
変わらない
楽になった


売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上（N＝15）
53.3
46.7
0.0
減った（▲6%～▲49%）（N＝73）
58.9
39.7
1.4
横ばい（±5%）（N＝44）
22.7
75.0
2.3
増えた（6%～49%）（N＝41）
12.2
75.6
12.2
大幅に増えた（50%以上）（N＝2）
0.0
100.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
苦しくなった
変わらない
楽になった


採算（経常利益）との関係
減った（N＝89）
60.7
38.2
1.1
横ばい（N＝65）
16.9
80.0
3.1
増えた（N＝22）
4.5
68.2
27.3
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
苦しくなった
変わらない
楽になった







（キ）雇用者数

雇用者数は「変わらない」と回答した事業者が 70%と多数を占めており、「減少した」と回答した割合が「増加した」と回答した割合よりやや高くなっている。

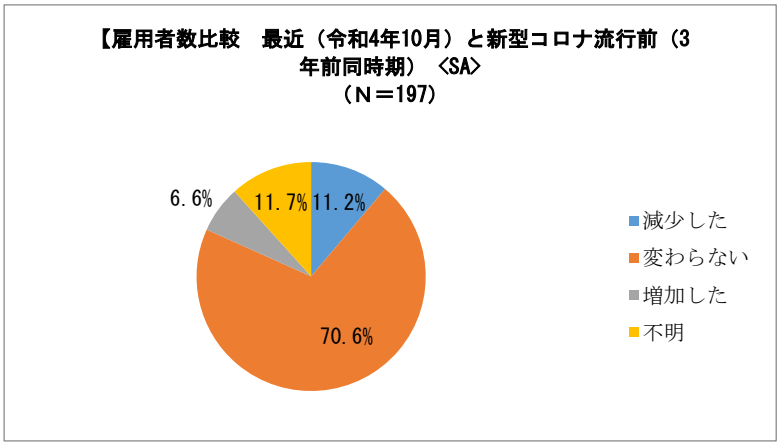
業種別で見ると、「製造」で「増加した」割合が相対的に高く、「卸・小売」で「減少した」割合が相対的に多くなっている。

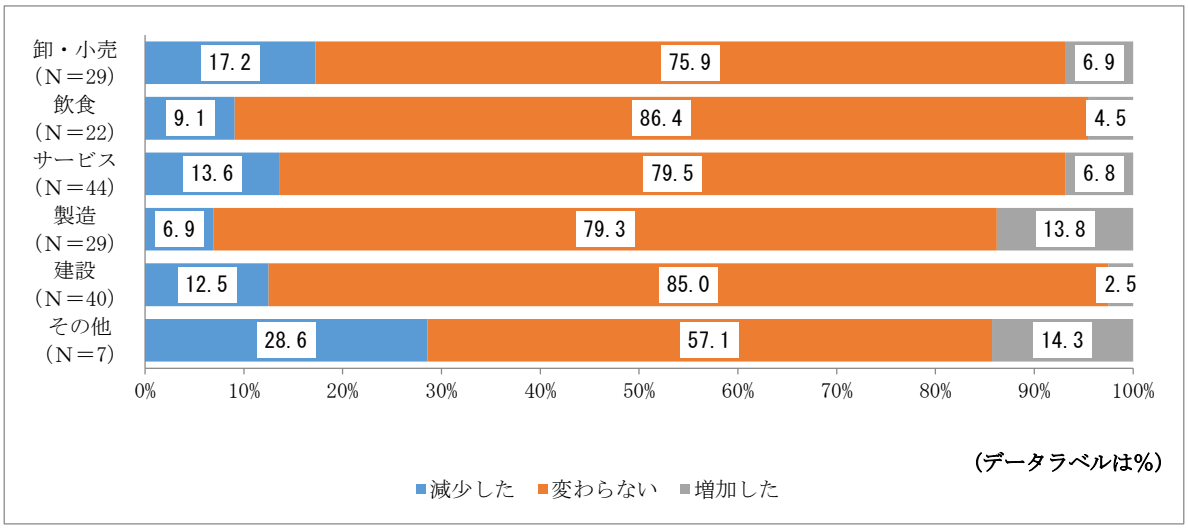
売上高との関係では、「（大幅に）減った」と回答した事業者は「減少した」割合が高く、「（大幅に）増えた」と回答した事業者は「増加した」と回答した割合が高い。

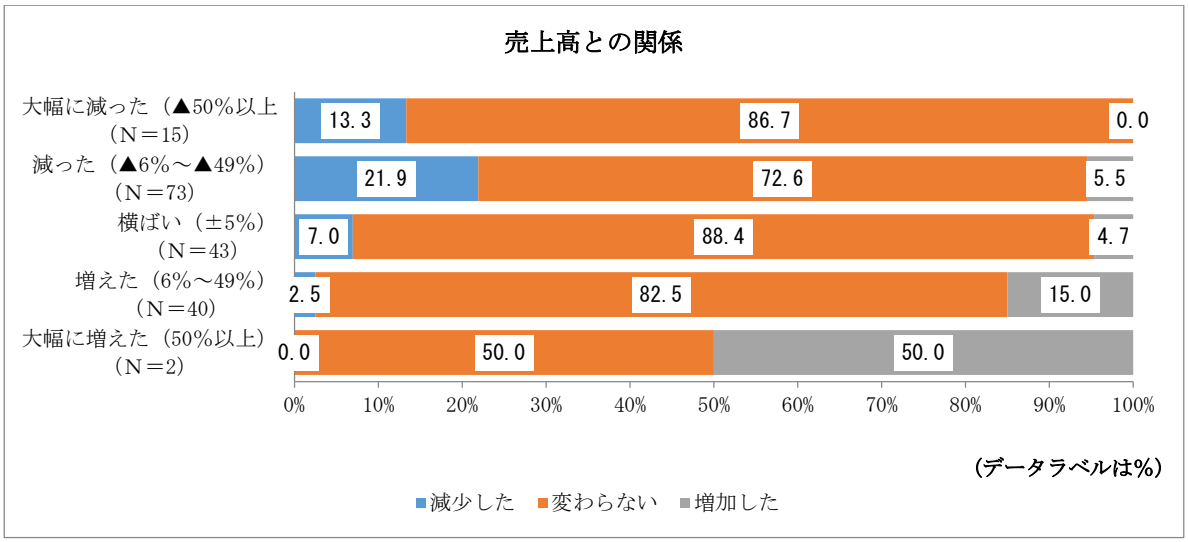
採算（経常利益）との関係では、採算（経常利益）が「減った」と回答した事業者は雇用者数が「減少した」割合が高く、「増えた」と回答した事業者は「増加した」割合が高くなっている。客（受注）数との関係では、客（受注）数が「減った」と回答した事業者は雇用者数が「減った」割合が高く、「増えた」と回答した事業者は雇用者数が「増加した」した割合が高くなっている。

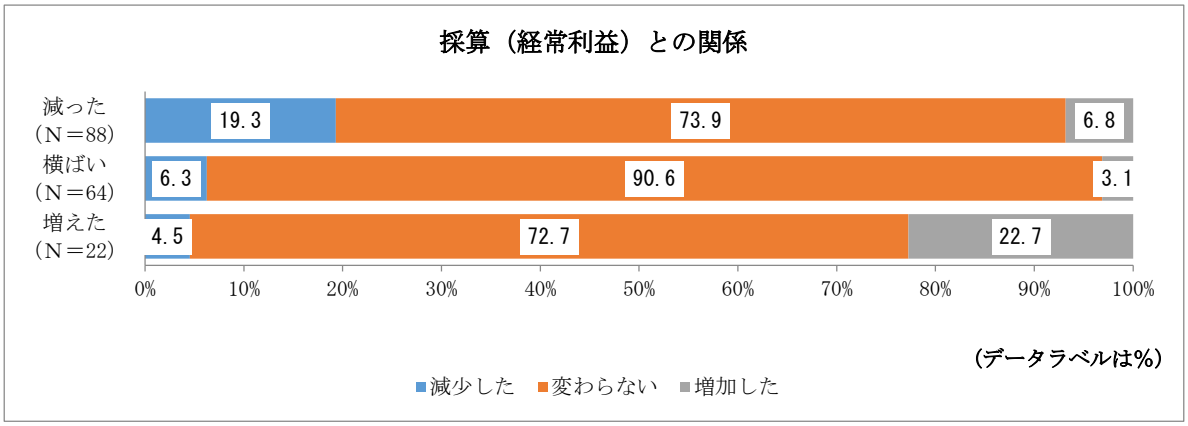
客（製品）単価との関係では、客（製品）単価が「下落」したと回答した事業者は雇用者数が「減少した」割合が高く、「上昇」と回答した事業者は雇用者数が「増加した」割合が高くなっている。経費との関係では、経費が「減った」と回答した事業者で雇用者数が「減少した」と回答した割合が高くなっている。資金繰りとの関係では、資金繰りが「楽になった」と回答した事業者で雇用者数が「増加した」割合が高く、「苦しくなった」と回答した事業者は「減少した」割合が高くなっている。

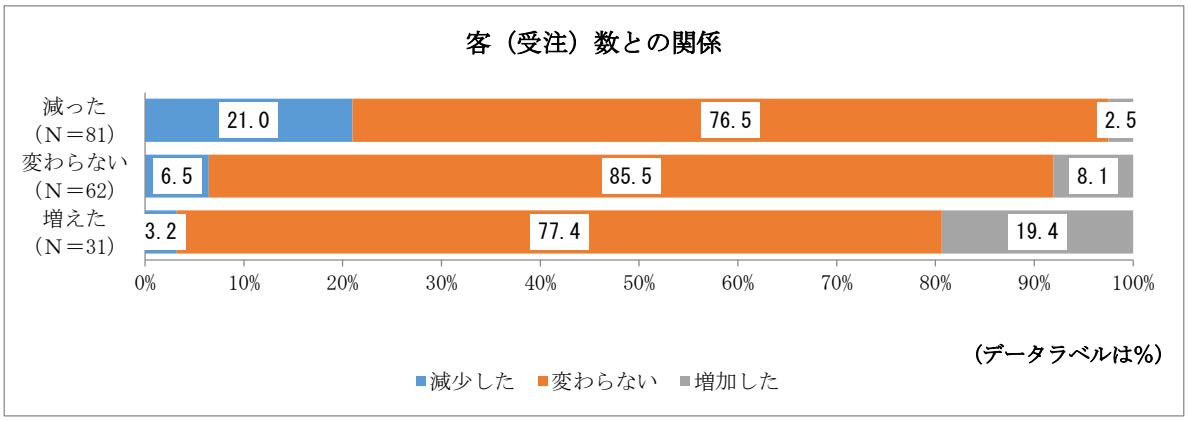
	全　体	減少した	変わらない	増加した	不明
件　数	197	22	139	13	23
%	100.0	11.2	70.6	6.6	11.7

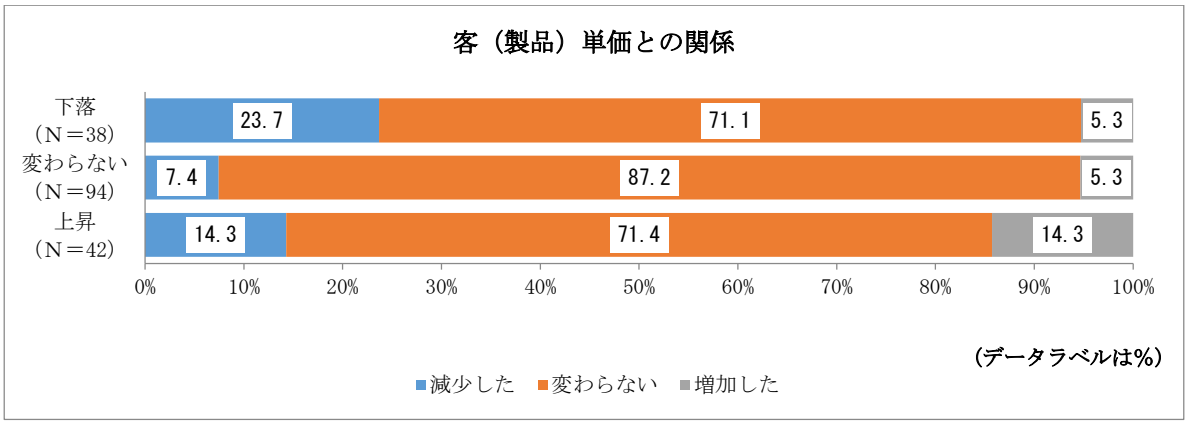


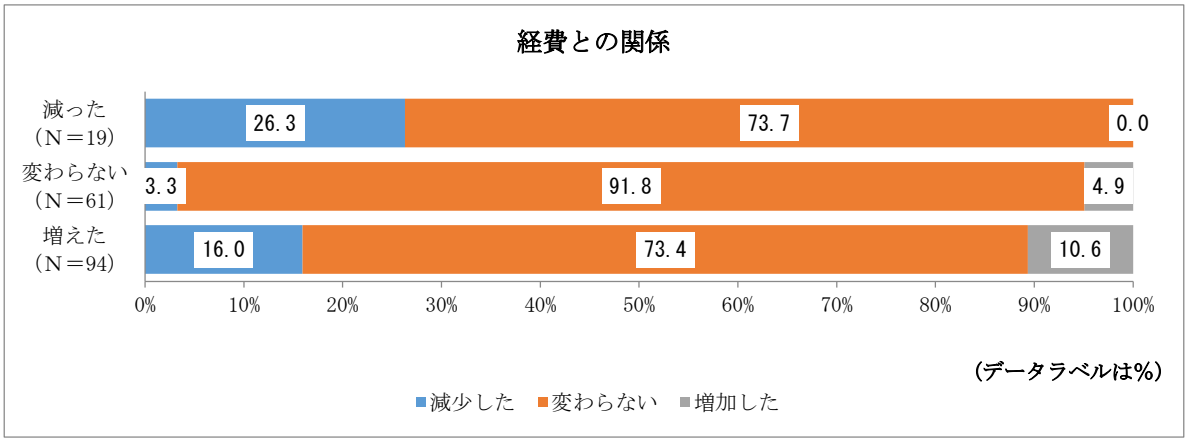


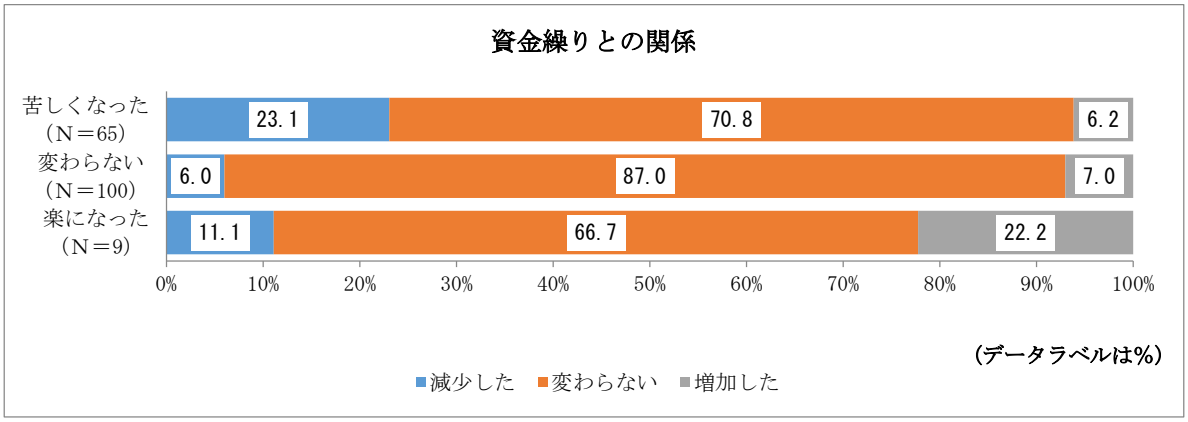

売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上（N＝15）
減った（▲6%～▲49%）（N＝73）
横ばい（±5%）（N＝43）
増えた（6%～49%）（N＝40）
大幅に増えた（50%以上）（N＝2）
13.3
86.7
0.0
21.9
72.6
5.5
7.0
88.4
4.7
2.5
82.5
15.0
0.0
50.0
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減少した
変わらない
増加した


採算（経常利益）との関係
減った（N＝88）
横ばい（N＝64）
増えた（N＝22）
19.3
73.9
6.8
6.3
90.6
3.1
4.5
72.7
22.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減少した
変わらない
増加した


客（受注）数との関係
減った（N＝81）
変わらない（N＝62）
増えた（N＝31）
21.0
76.5
2.5
6.5
85.5
8.1
3.2
77.4
19.4
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
減少した
変わらない
増加した







（ク）設備投資

設備投資は「変わらない」とした事業者が 54%と多く、「増やした」とした事業者が 25%、「縮小した」と回答した事業者は 11%となっている。

業種別で見ると。「卸・小売」「飲食」が相対的に「増やした」割合が高くなっている。

売上高との関係では売上高が「(大幅に）増えた」と回答した事業者は「増やした」と回答した割合が高くなっている。

採算（経常利益）との関係では採算（経常利益）が「増えた」と回答した事業者では設備投資を「増やした」と回答した割合が高くなっている。

客（受注）数との関係では、客（受注）数が「増えた」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高くなっている。

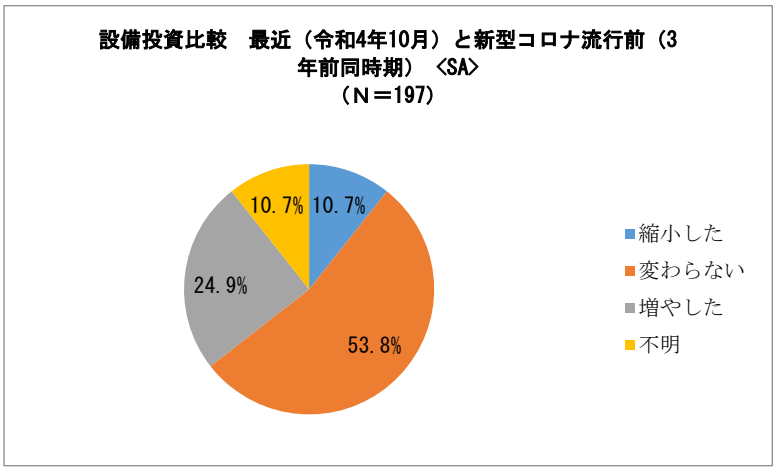
客（製品）単価との関係では、客（製品）単価が「上昇」したと回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「下落」と回答した事業者では「縮小した」と回答した割合が高くなっている。

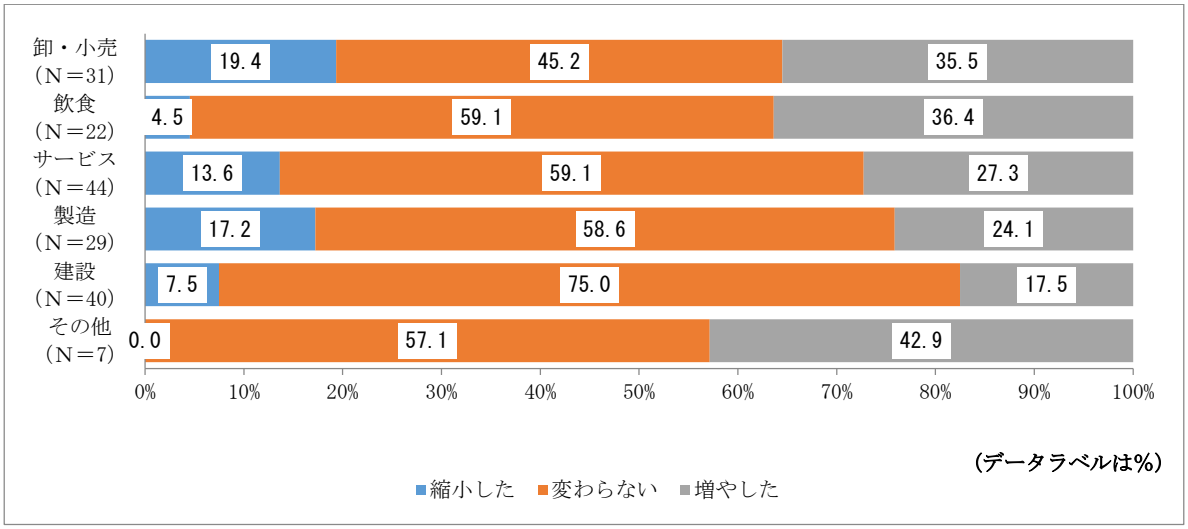
経費との関係では、経費が「減った」と回答した事業者は設備投資を「縮小した」割合が高く、「増えた」と回答した事業者では設備投資を「増やした」と回答した割合が高くなっている。

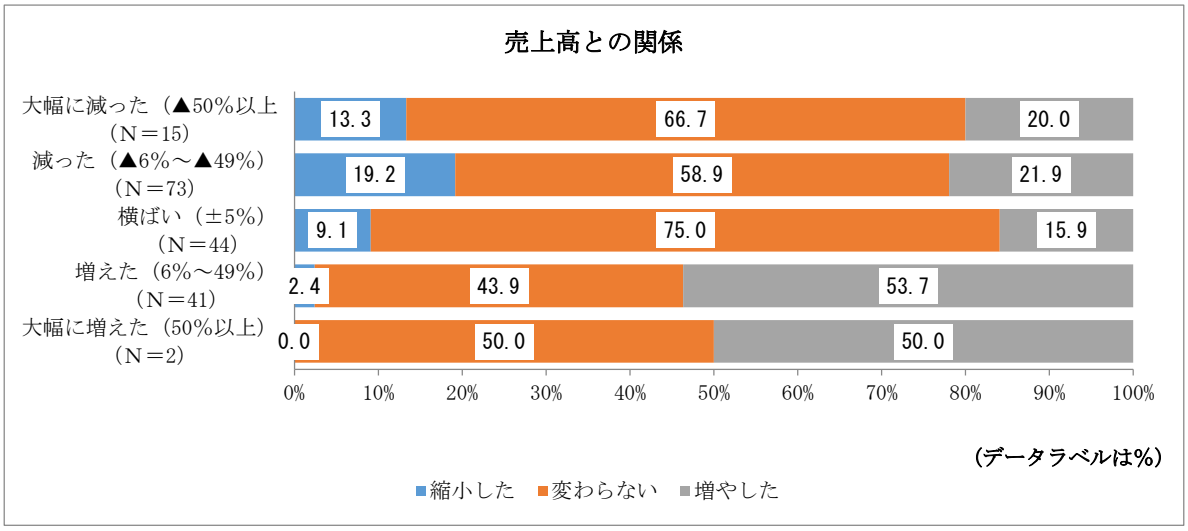
資金繰りとの関係では、資金繰りが「楽になった」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高くなっている。

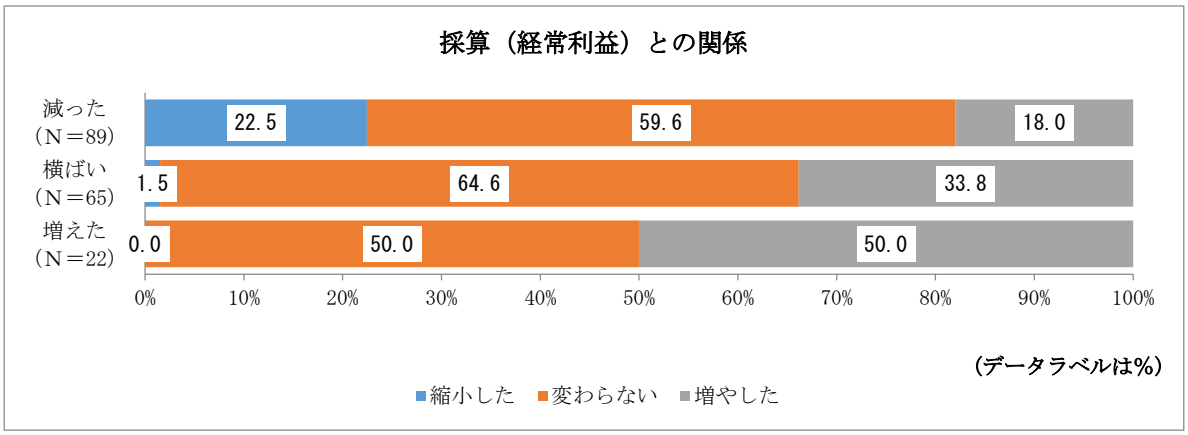
雇用者数との関係では、雇用者数が「増加した」と回答した事業者は設備投資を「増やした」と回答した割合が高く、「減少した」回答した事業者では「縮小した」と回答した割合が相対的に高くなっている。

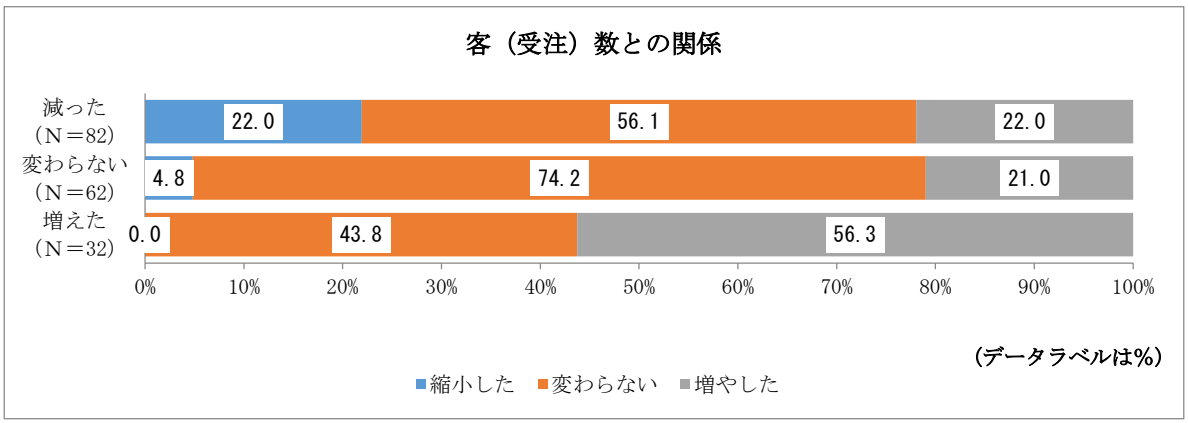
	全　体	縮小した	変わらない	増やした	不明
件　数	197	21	106	49	21
%	100.0	10.7	53.8	24.9	10.7

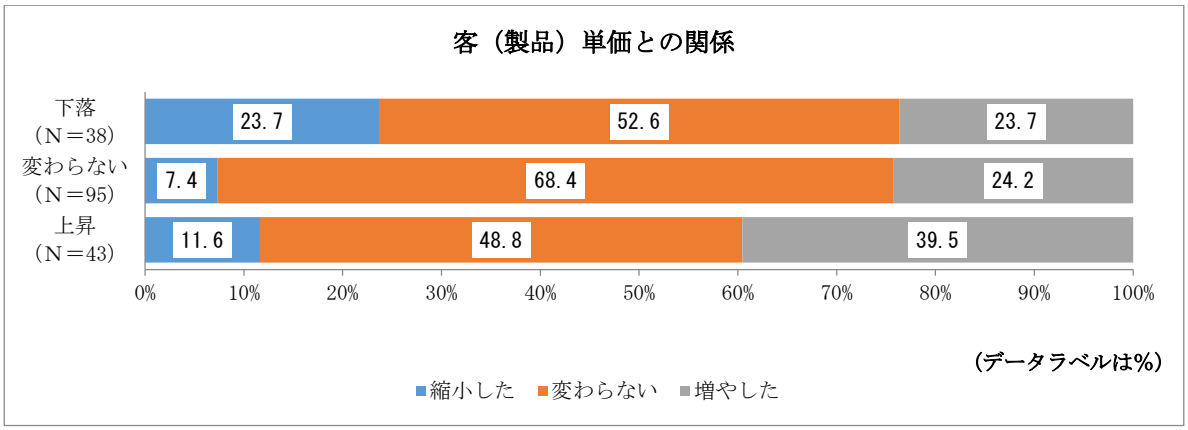


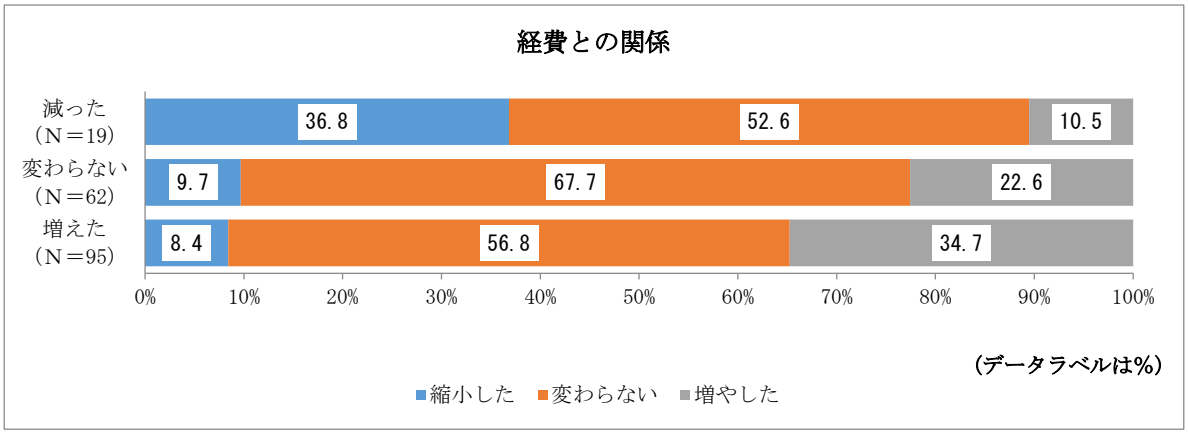


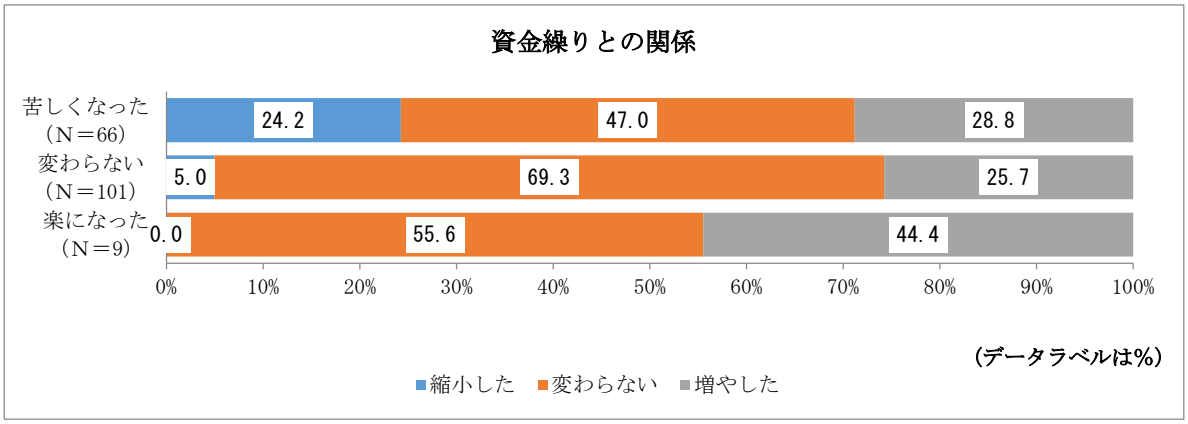

売上高との関係
大幅に減った（▲50%以上（N＝15）
減った（▲6%～▲49%）（N＝73）
横ばい（±5%）（N＝44）
増えた（6%～49%）（N＝41）
大幅に増えた（50%以上）（N＝2）
13.3
66.7
20.0
19.2
58.9
21.9
9.1
75.0
15.9
2.4
43.9
53.7
0.0
50.0
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした

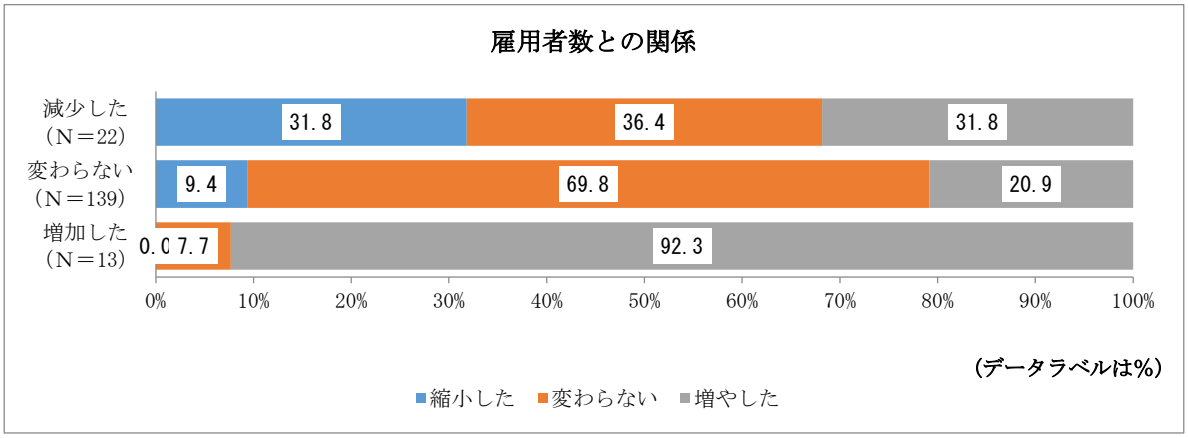

採算（経常利益）との関係
減った（N＝89）
横ばい（N＝65）
増えた（N＝22）
22.5
59.6
18.0
1.5
64.6
33.8
0.0
50.0
50.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


客（受注）数との関係
減った（N＝82）
変わらない（N＝62）
増えた（N＝32）
22.0
56.1
22.0
4.8
74.2
21.0
0.0
43.8
56.3
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


客（製品）単価との関係
下落
（N＝38）
変わらない
（N＝95）
上昇
（N＝43）
23.7
52.6
23.7
7.4
68.4
24.2
11.6
48.8
39.5
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


経費との関係
減った
（N＝19）
変わらない
（N＝62）
増えた
（N＝95）
36.8
52.6
10.5
9.7
67.7
22.6
8.4
56.8
34.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


資金繰りとの関係
苦しくなった
（N＝66）
変わらない
（N＝101）
楽になった
（N＝9）
24.2
47.0
28.8
5.0
69.3
25.7
0.0
55.6
44.4
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした


雇用者数との関係
減少した
（N＝22）
変わらない
（N＝139）
増加した
（N＝13）
31.8
36.4
31.8
9.4
69.8
20.9
0.0
7.7
92.3
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
縮小した
変わらない
増やした

設問３　DX（デジタル化）について

(ア)DX 化の取り組み状況

DX 化への取り組み状況については A.「取り組んでいる」と回答した事業者は 55%であり、半数以上の事業者は取り組んでいるものの、普及状況はまだまだといったところである。

業種別にみると、「飲食」では 90%近くの事業者が取り組んでおり、次いで「製造」「サービス」「卸・小売」で取り組み事業者が多くなっている。逆に「建設」は 34%と取り組みが進んでいない。

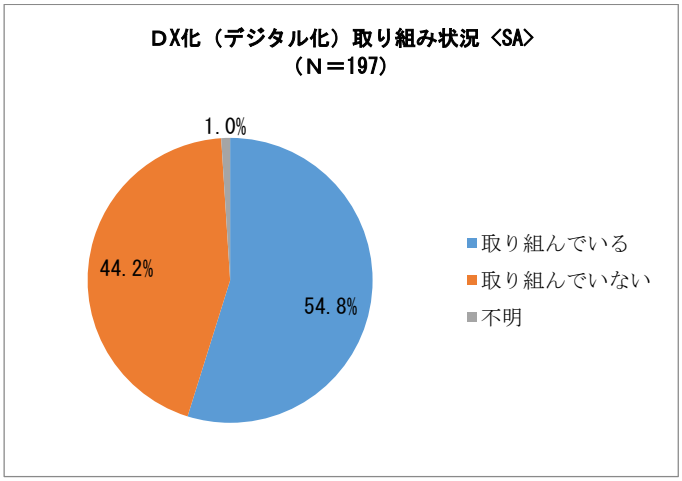
事業形態別にみると個人事業者の取り組みが遅れており、従業員規模別でみると従業員規模が小さいほど取り組みが遅れている。

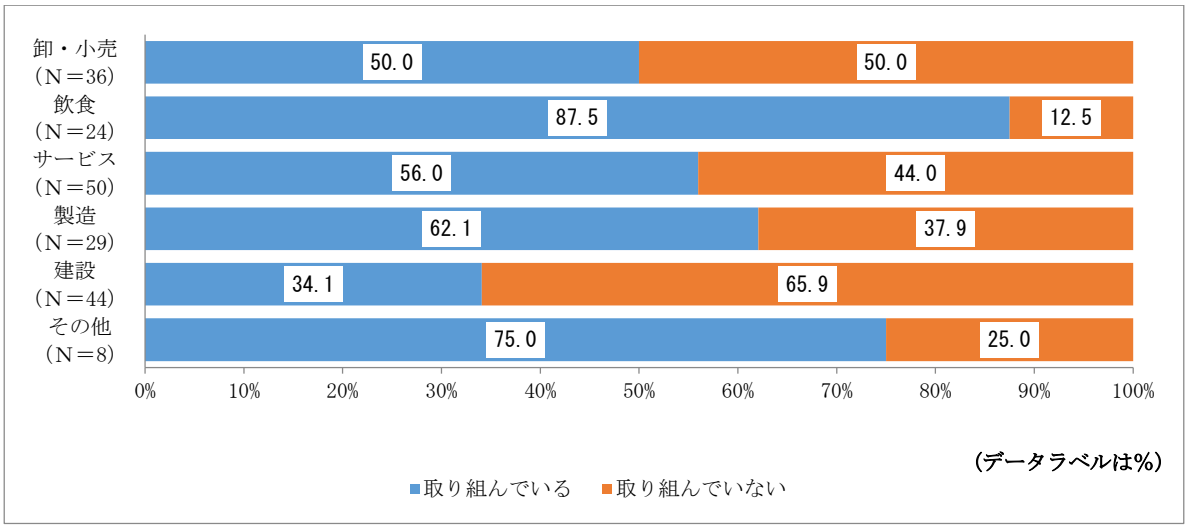
また、業況による違いを見ると前年同時期より売上高が「(大幅に）増えた」、客（受注）数が「増えた」、客（製品）単価が「上昇」と回答した事業者は相対的に取り組みが進んでいる。

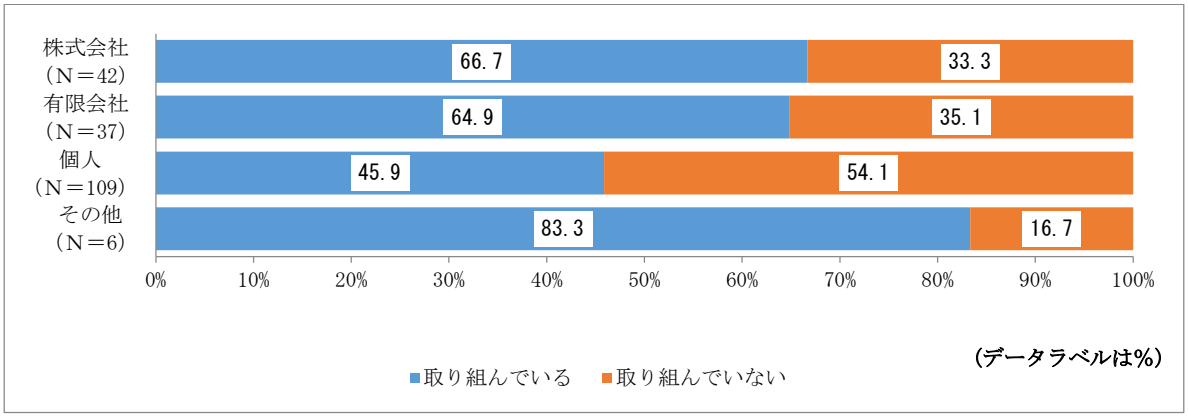
取り組み内容は、「ホームページ」「キャッシュレス決済」「Instagram」の取り組みが多くなっている。

B.「取り組んでいない」と回答した内容としては、「取り組む予定はない」が過半数を占めており、「必要だと思うが取り組めていない」が 37%と次いで多くなっている。

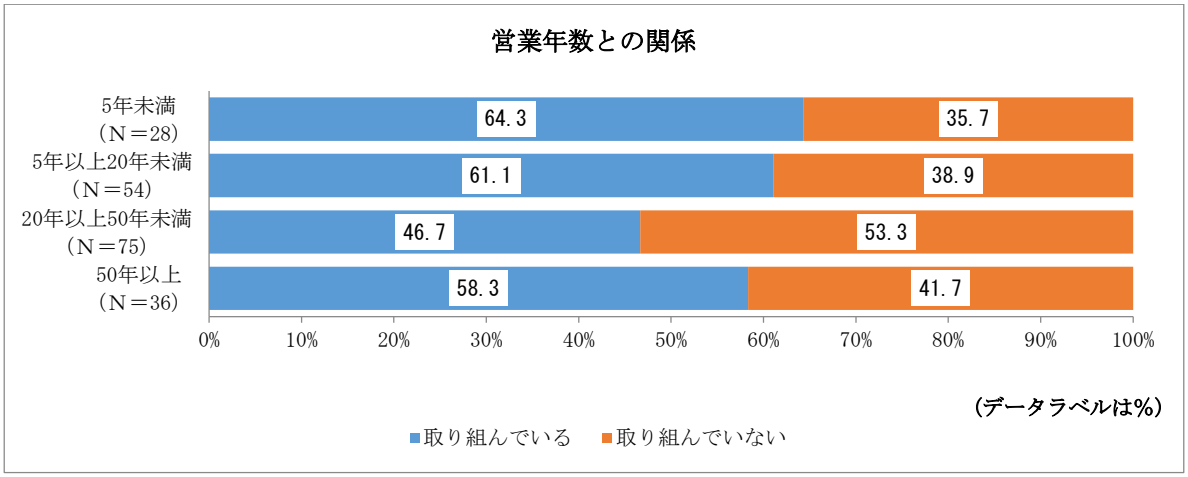
	全　体	取り組んでいる	取り組んでいない	不明
件　数	197	108	87	2
%	100.0	54.8	44.2	1.0

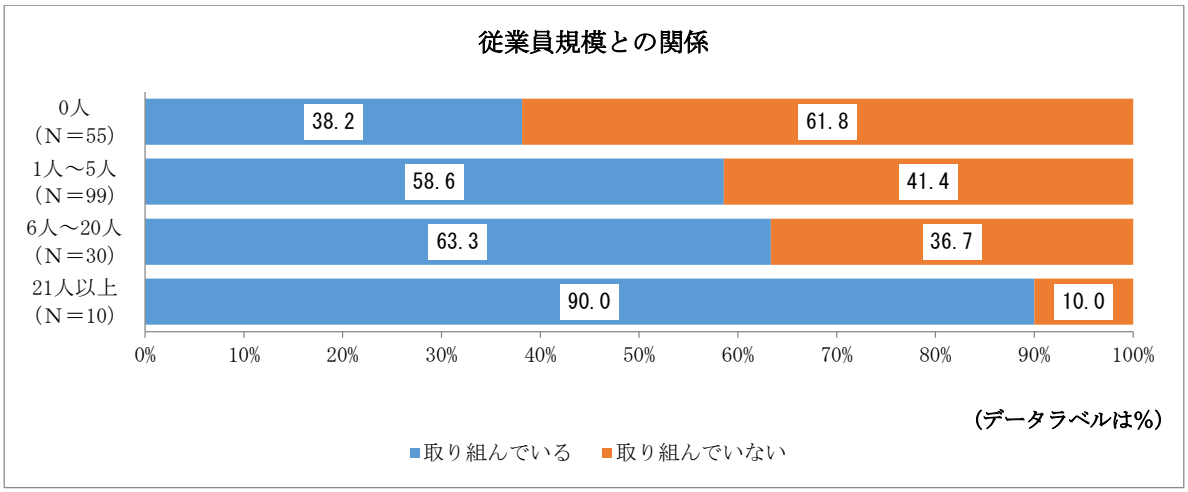


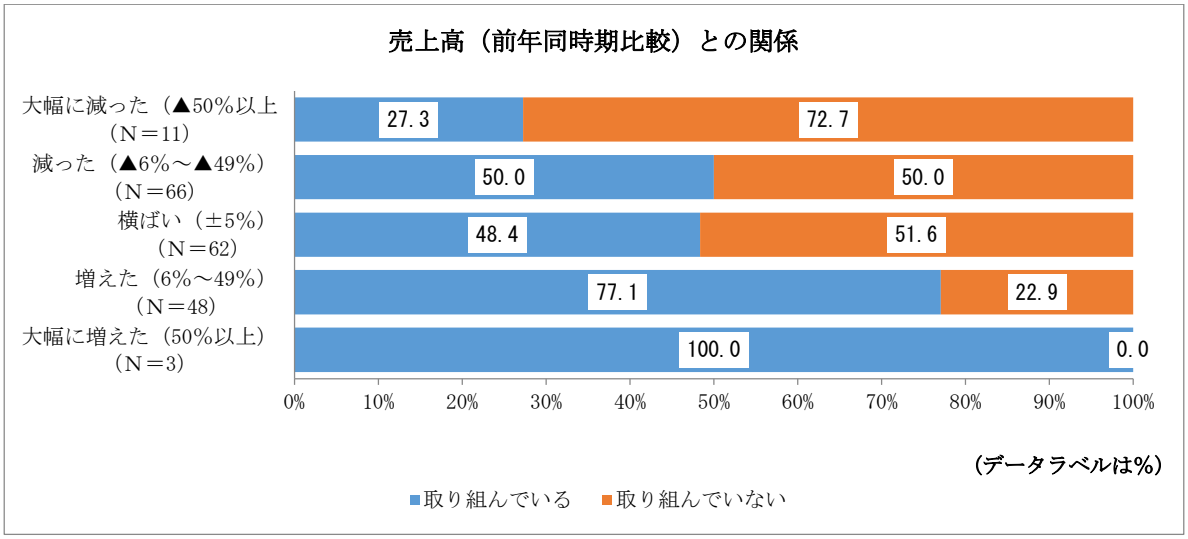

卸・小売
（N＝36）
飲食
（N＝24）
サービス
（N＝50）
製造
（N＝29）
建設
（N＝44）
その他
（N＝8）
50.0
50.0
87.5
12.5
56.0
44.0
62.1
37.9
34.1
65.9
75.0
25.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
取り組んでいる
取り組んでいない

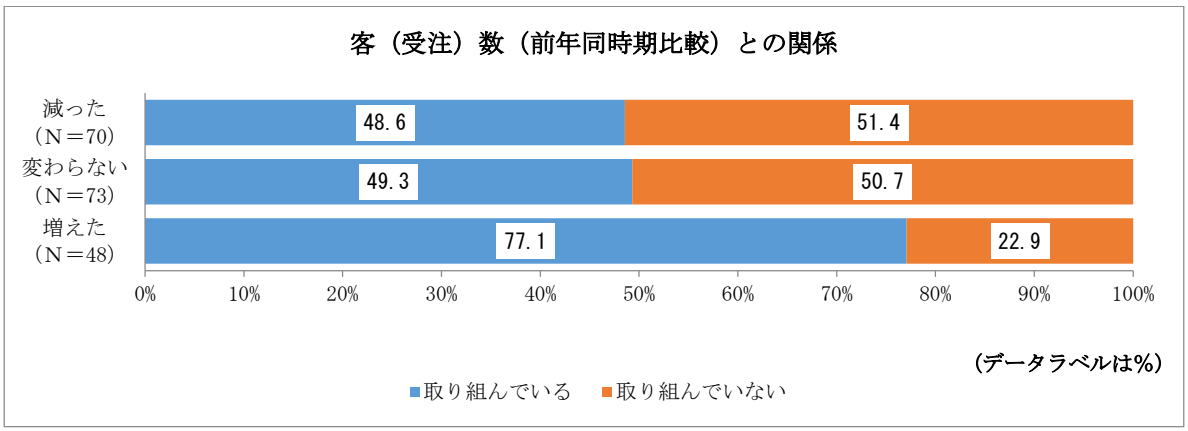

株式会社
（N＝42）
有限会社
（N＝37）
個人
（N＝109）
その他
（N＝6）
66.7
33.3
64.9
35.1
45.9
54.1
83.3
16.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
取り組んでいる
取り組んでいない

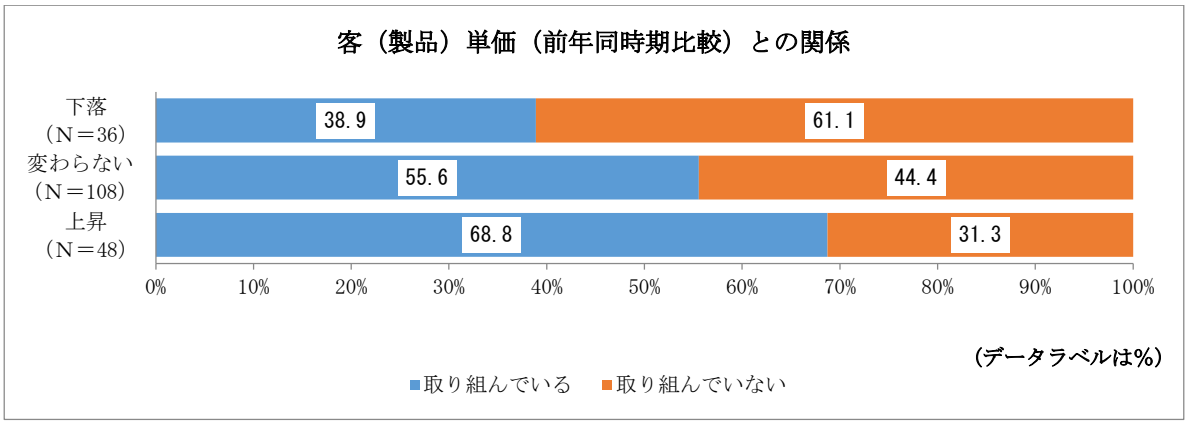
営業年数との関係

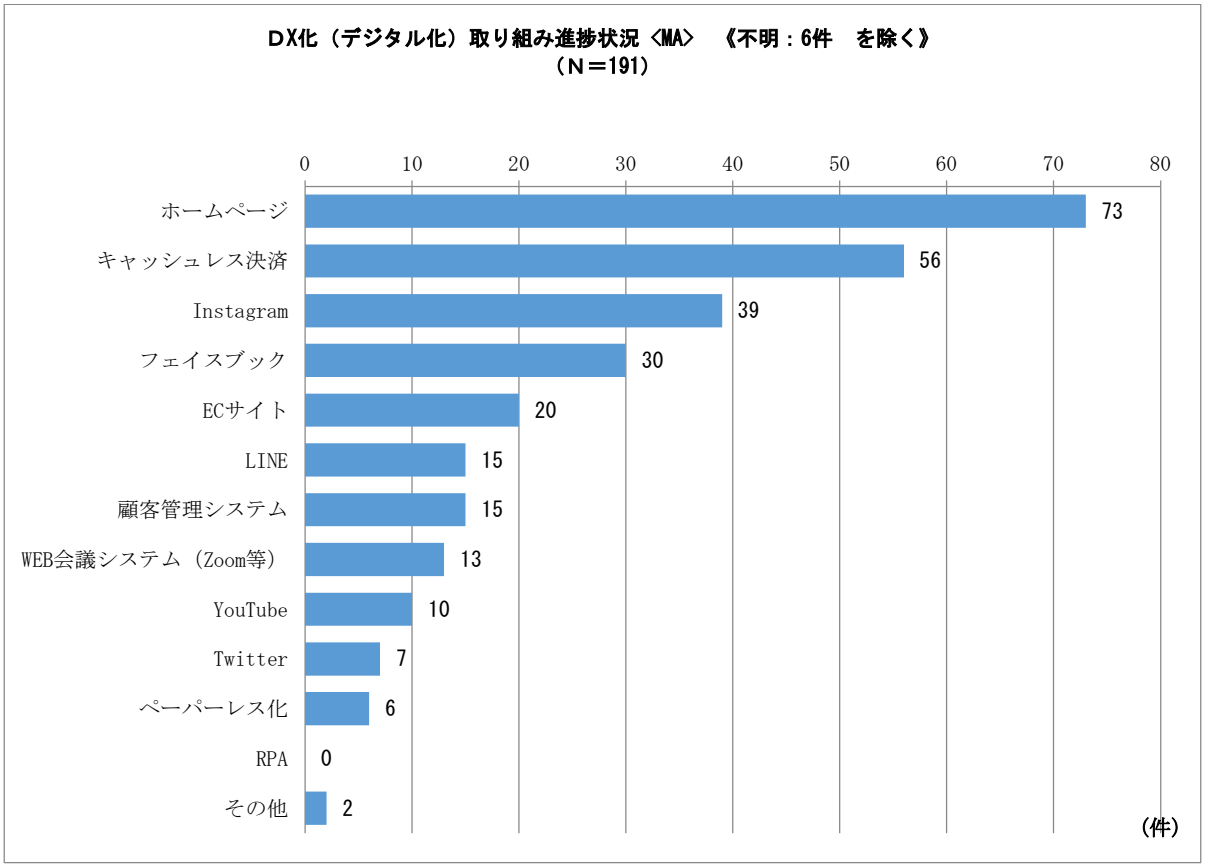

5年未満
（N＝28）
5年以上20年未満
（N＝54）
20年以上50年未満
（N＝75）
50年以上
（N＝36）
64.3
35.7
61.1
38.9
46.7
53.3
58.3
41.7
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
取り組んでいる
取り組んでいない


従業員規模との関係
0人
（N＝55）
1人～5人
（N＝99）
6人～20人
（N＝30）
21人以上
（N＝10）
38.2
61.8
58.6
41.4
63.3
36.7
90.0
10.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
取り組んでいる
取り組んでいない

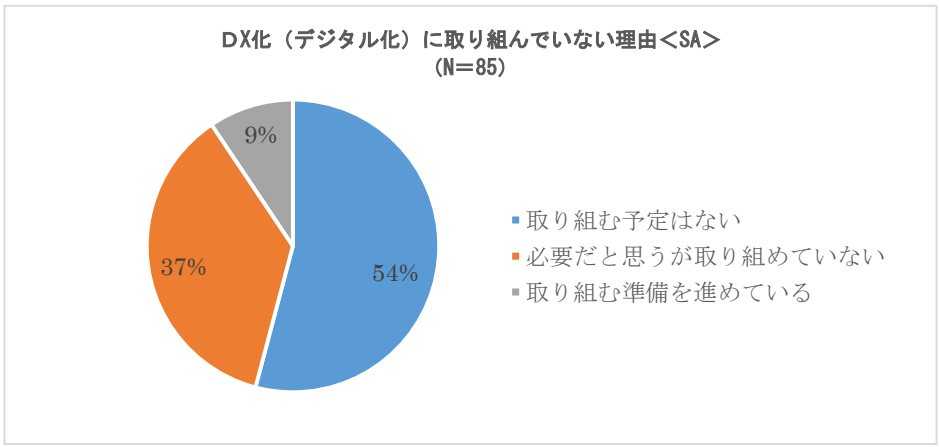

売上高（前年同時期比較）との関係
大幅に減った（▲50%以上
（N＝11）
減った（▲6%～▲49%）
（N＝66）
横ばい（±5%）
（N＝62）
増えた（6%～49%）
（N＝48）
大幅に増えた（50%以上）
（N＝3）
27.3
72.7
50.0
50.0
48.4
51.6
77.1
22.9
100.0
0.0
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
取り組んでいる
取り組んでいない


客（受注）数（前年同時期比較）との関係
減った
（N＝70）
変わらない
（N＝73）
増えた
（N＝48）
48.6
51.4
49.3
50.7
77.1
22.9
0%
10%
20%
30%
40%
50%
60%
70%
80%
90%
100%
（データラベルは%）
取り組んでいる
取り組んでいない



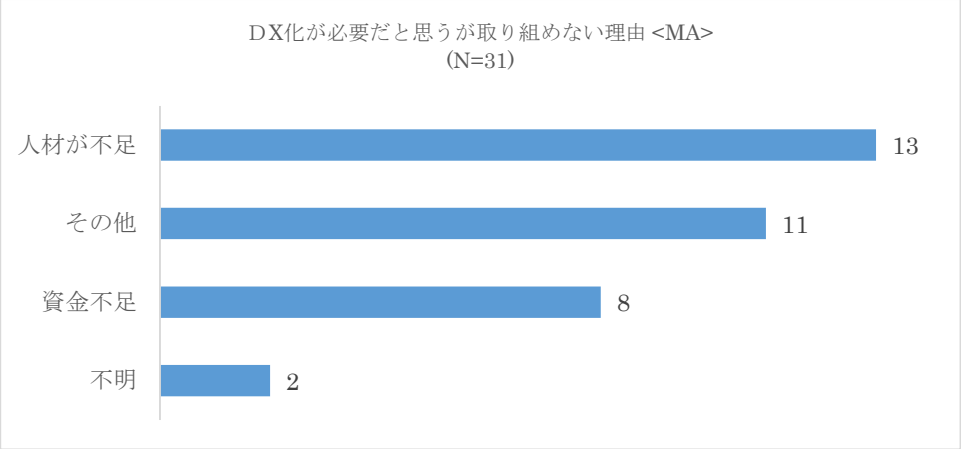


その他（メタバースでの展示会、工程管理・在庫管理）



(イ)必要だと思うが取り組めない理由

必要だと思うが取り組めない理由としては「人材が不足」と回答した事業者が多くなっている。限られた人材で経営している中小企業の実情が読み取れる。



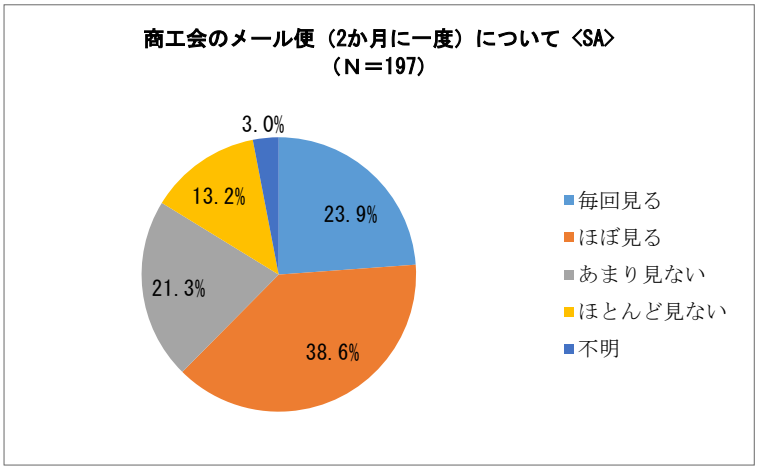
その他：(そこまで切羽詰まっていない、そこまで必要としていない、わからない、行動力不足、仕方がわからない、詳しくないため、多忙につき、能力不足)

設問４　商工会の情報発信について

（ア）メール便について

メール便について「毎回見る」と「ほぼ見る」を合わせると 62%程度となっており、メール便については比較的見られていると評価できる。

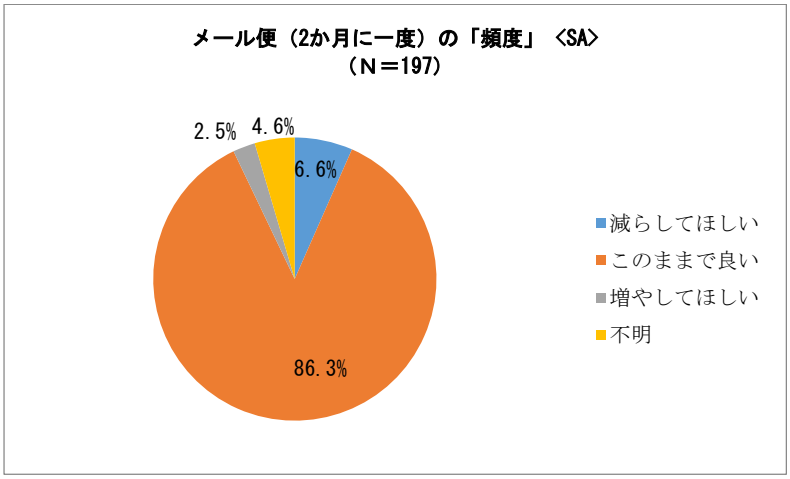
	全　体	毎回見る	ほぼ見る	あまり見ない	ほとんど見ない	不明
件　数	197	47	76	42	26	6
%	100.0	23.9	38.6	21.3	13.2	3.0



（イ）メール便の「頻度」

「頻度」については 86%が「このままで良い」と回答している。

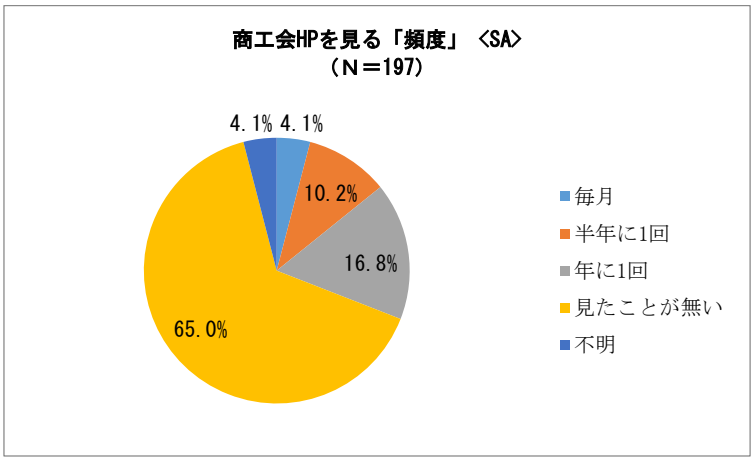
	全　体	減らしてほしい	このままで良い	増やしてほしい	不明
件　数	197	13	170	5	9
%	100.0	6.6	86.3	2.5	4.6



（ウ）商工会 HP を見る「頻度」

HP については、「見たことがない」と回答した事業者が 65%を占めていることから、HP へどのように誘導していくかが大きい課題である。

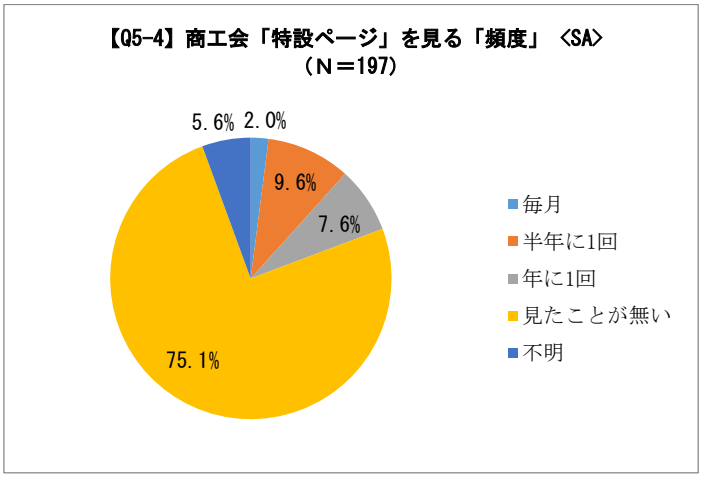
	全　体	毎月	半年に 1 回	年に 1 回	見たことが無い	不明
件　数	197	8	20	33	128	8
%	100.0	4.1	10.2	16.8	65.0	4.1



（エ）商工会の「特設ページ」を見る「頻度」

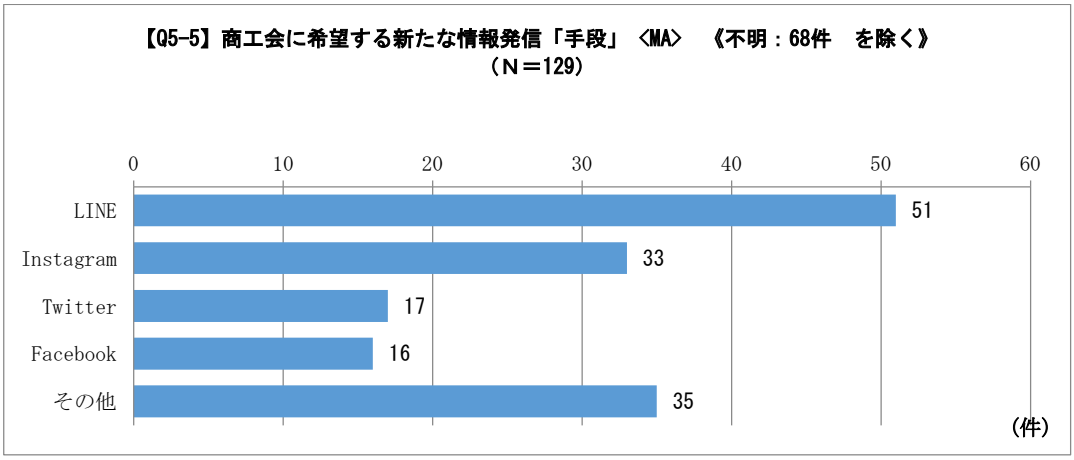
商工会の HP 自体があまり見られていないことから「特設ページ」の閲覧はさらに少なく「見たことが無い」が 75%を占めている。

	全　体	毎月	半年に 1 回	年に 1 回	見たことが無い	不明
件　数	197	4	19	15	148	11
%	100.0	2.0	9.6	7.6	75.1	5.6



（オ）　商工会に希望する新たな情報発信「手段」について

商工会に希望する新たな情報発信「手段」については、「LINE」「Instagram」の回答が多くなっている。



その他（YouTube、いらない、ない、なし、パンフレット郵送、わからない、現状で満足してます、現状で良い、情報誌、電子メール、特になし、来店、Zoom）

設問５　商工会の情報提供について、ご要望やご提案、改善点についいて

いつもありがとうございます。
いつも担当していただいている方に情報を提供していただいて満足している。
インボイスについてもう少し分かりやすく説明があれば助かります。
該当する補助金等の連絡をメールでもほしい。該当者に個別メール。
個人事業主やプレイングマネージャーが少しの余力で出来るDXの助成を実施、資金両面で行ってほしい。Zoomは使いにくいのでYouTubeで良いと思う。
困った時、相談にのって下さりたすかります。
色々な分野の講師を呼んで、もっと講演会を開いて欲しい。
親切で良いです。
地域と協力。青色パトカーに乗ってほしい。
電気、ガスの補助があれば情報提供
不便、不都合は感じていません。
問い合わせ等、電子メール・LINEでのやり取りを希望します。引き続きよろしくお願いします。

以　上