

令和 3 年度 県内企業の経営実態調査 (和歌山県)

コロナ禍の影響が残る中、県内企業の業績は「改善」、「悪化」の二極化傾向が強まる
加えて「原材料価格の上昇」、「人手不足」、「供給制約」が経営に悪影響を及ぼしている

— 結果概要 —

● 直近 1 年間（令和 3 年度）の業績【第 2 章（p. 44 ～）】

- ・ 売上高「減少」の事業者は 45.8%、営業利益「減少」の事業者は 48.1%と依然として多い
- ・ 「原材料費」、「人件費」の増加で、営業費用の割合が上昇している事業者は 37.0%まで増加

● 直近決算期の業績【第 1 章（p. 32 ～）】

- ・ 売上高営業利益率の県内平均値は 3.0%（前年比 0.5 ポイント上昇）。利益率「5%以上」の事業者が増加する一方で、「0%未満」の事業者も増加

● 営業費用の増加分の販売価格への転嫁状況及び取引条件【第 3 章（p. 78 ～）】

- ・ 原材料価格の上昇もあり、「転嫁の必要あり」とする事業者が増加し、79.5%を占める
- ・ 「十分に転嫁できている」は 14.1%にとどまるが、足下における急激な仕入価格の上昇で、取引先と価格について「交渉中」とする回答が増加し、16.9%となった

● 従業員の年齢構成、平均給与等【第 1 章（p. 6 ～）】

- ・ 非正規雇用比率「30%以上」の事業者が 37.2%で、直近 6 年間では最も多い
- ・ 従業員女性比率「30%以上」の事業者が 2 年連続で増加
- ・ 正社員の平均年齢の上昇傾向が続く中、平均年収「400 万円以上」の事業者も増加傾向にある

● 人事・労務【第 4 章（p. 91 ～）】

- ・ 県内事業者の約半数が「従業員の高齢化」、「人材確保難（人手不足）」に直面
- ・ 「従業員の育成」、「賃金水準」について「課題がある」とする事業者がやや多い

● 設備投資【第 5 章（p. 104 ～）】

- ・ 令和 4 年度実施予定の設備投資について、「設備の維持・修繕」が 4 割弱で最多
- ・ 製造業では「設備の能力増強」が、従業員 50 人以上の事業者では「合理化」、「IT 導入」が多い

● コロナ禍における取組【第 6 章（p. 106 ～）】

- ・ コロナ禍で事業内容・ビジネスモデルが「大きく変化」、「やや変化」した事業者は 36.6%
- ・ 供給が滞っている仕入品が「ある」事業者は 37.0%。うち半数が影響の長期化を見通す

● IT の活用【第 7 章（p. 119 ～）】

- ・ 卸売業、サービス業を中心に、様々な経営課題を IT 活用で解決したいと考える事業者が多い。ただし、IT 人材は不足しており、DX の認知度も高くはない

● 外部連携【第 8 章（p. 127 ～）】

- ・ 約半数の事業者が「販売」や「開発」等を他社・外部機関と連携して行っている
- ・ 他社との統合・合併の必要性を「感じる」事業者が増える一方で、実現可能と考える事業者は減

目 次

調査概要	1
第1章 企業概要（従業員数、売上高規模、利益率等）	5
† 従業員数	
† 非正規雇用比率	
† 女性比率（従業員、正社員・非正規社員、有給役員）	
† コロナ禍における従業員・女性従業員の増減	
† 正社員・正職員の平均年齢	
† 正社員・正職員の平均年収	
† 売上高・営業利益・売上高営業利益率・売上高当期純利益率	
第2章 直近1年間（令和3年度）の業績.....	44
† 売上高の増減	
† 営業利益の増減	
† 売上高に対する営業費用の割合の変化	
† 売上高営業利益率が「改善」した理由	
† 売上高営業利益率が「悪化」した理由	
† 平成26年から令和3年にかけての業績変化	
† コロナ禍における業績変化	
† 売上高の増減（令和4年度見通し）	
† 営業利益の増減（令和4年度見通し）	
（参考）従業員規模別にみた令和3年度の業績.....	61
（参考）地域別にみた令和3年度の業績.....	72
第3章 営業費用の増加分の販売価格への転嫁状況及び取引条件.....	78
† 価格転嫁の必要性	
† 価格転嫁状況	
† 価格転嫁に関わる自社の状況	
自社競争力、業界競争の激しさ、市場の成長性等	

第4章	人事・労務.....	91
	†人事・労務に関する課題	
	†職場の自社評価	
	仕事の内容・やりがい、職場の人間関係、職場環境	
	従業員心の健康確保、賃金水準、人事評価・処遇	
	労働時間・休暇制度、従業員の育成、性別にとらわれない働きやすさ等	
第5章	設備投資.....	104
第6章	コロナ禍における取組.....	106
	†コロナ禍における活動抑制（時短営業等）の状況	
	†コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化とその効果	
	†コロナ禍における販路開拓・顧客獲得	
	†供給制約とその影響	
	†物価上昇への対応	
第7章	ITの活用.....	119
	†ITで解決したい経営課題	
	†IT活用の状況	
	†IT活用の今後の意向	
	†IT人材の確保状況	
	†DXの必要性	
第8章	外部連携.....	127
	†外部（他社・外部機関）連携による取組	
	†他社との統合・合併の必要性	
	†統合・合併の可能性	
	†統合・合併が難しい理由	
参考	図表索引.....	134
参考	アンケート調査票.....	140

調査概要

《調査の目的》

和歌山県では、県内企業の業績状況や経営課題、新たな取組等を把握し、地域産業施策の企画・立案の参考とするため、平成26年度以降、毎年、アンケート調査を実施している。

今回の調査では、企業業績や営業費用増加に伴う価格転嫁の状況に加えて、2年以上にわたって県内経済に影響を及ぼしているコロナ禍について、県内企業の取組等を質問している。また、ますます重要度が増しているITの活用や外部連携（他社・外部機関との連携）についても質問を行った。

《調査の対象》

調査委託先である和歌山社会経済研究所が保有する事業者名簿より3,000社を抽出。

《調査方式及び調査期間》

◎日本標準産業分類における中分類区分を参考に独自に設定した業種において、一定数の回収数（20～30 サンプル）を確保できるように、業種にもとづく層化抽出法を採用し、3,000社に対してアンケートを郵送配布し回収を行った。

◎令和4年1月5日（水）～令和4年2月1日（火）

《調査項目》

◎調査項目については、巻末の調査票を参照されたい。

《回収状況（産業別）》 ※次ページに業種別掲載

	発送数	回収数	回収率
建設業	200 社	121 社	60.5%
製造業	800 社	322 社	40.3%
商業（卸売）	525 社	177 社	33.7%
商業（小売）	725 社	236 社	32.6%
サービス業	750 社	280 社	37.3%
全産業	3,000 社	1,136 社	37.9%

《回収状況（業種別）》

産業名	業種名	発送数	回収数	回収率	産業名	業種名	発送数	回収数	回収率
建設業	総合工事業	67	46	68.7%	商業 (小売)	衣料品小売業	100	23	23.0%
	職別工事業	67	36	53.7%		飲食料品小売業	125	36	28.8%
	設備工事業	66	39	59.1%		生活・文化用品小売業	100	43	43.0%
製造業	食料品製造業	134	56	41.8%		自動車小売業	100	29	29.0%
	繊維製品製造業	96	46	47.9%		燃料小売業	100	44	44.0%
	木材・木工製品製造業	107	35	32.7%		機械器具小売業	100	30	30.0%
	化学製品製造業	82	30	36.6%		その他の小売業	100	31	31.0%
	鉄鋼・金属製品製造業	102	40	39.2%	サービス業	不動産業	100	36	36.0%
	機械・機械部品製造業	119	52	43.7%		運輸業	100	52	52.0%
	その他の製造業	160	63	39.4%		旅館・ホテル業	106	41	38.7%
商業 (卸売)	飲食料品卸売業	125	35	28.0%		飲食業	108	27	25.0%
	建築材料卸売業	100	41	41.0%		医療・福祉	70	26	37.1%
	機械器具卸売業	102	34	33.3%		生活関連サービス業	86	16	18.6%
	化学製品卸売業	96	31	32.3%		教養・娯楽サービス業	100	24	24.0%
	その他の卸売業	102	36	35.3%		その他のサービス業	80	58	72.5%

《報告書利用にあたって》

◎図および表中の比率は小数点第2位を四捨五入して表示している。

従って、内訳を合計しても100%に合致しない場合がある。

◎図中の「n」とは、分類別の該当対象者数（無回答事業者を除く）を示し、比率は「n」を100%として表示している。

◎県内市町村の地域区分については、以下の通りである。

地域名	該当市町村名
和歌山市	和歌山市
紀北地域	海南市、橋本市、紀の川市、岩出市、紀美野町、かつらぎ町 九度山町、高野町
紀中地域	有田市、御坊市、湯浅町、広川町、有田川町、美浜町、日高町 由良町、印南町、みなべ町、日高川町
紀南地域	田辺市、新宮市、白浜町、上富田町、すさみ町、那智勝浦町 太地町、古座川町、北山村、串本町

◎製造業、卸売業、小売業、サービス業における業種「その他」について

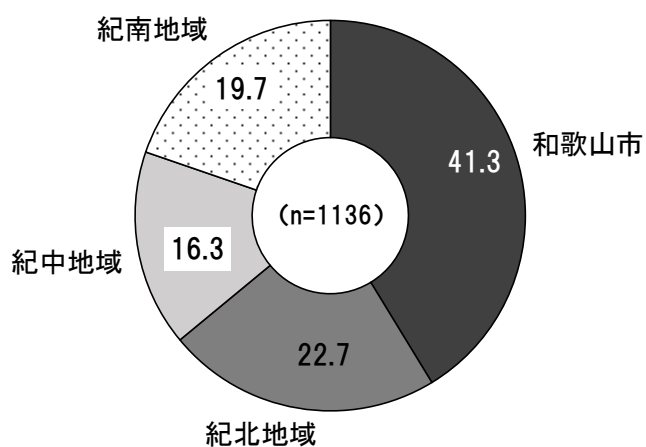
業種名	該当業種
その他の製造業	印刷・同関連業、プラスチック製品製造業、窯業・土石製品製造業 パルプ・紙・紙加工品製造業
その他の卸売業	繊維・衣服等卸売業、鉱物・金属材料等卸売業 家具・建具・じゅう器等卸売業
その他の小売業	農耕用品小売業、写真機・時計・眼鏡小売業
その他のサービス業	土木建築サービス業、廃棄物処理業、自動車整備業、労働者派遣業 建物サービス業

《回答事業者の特徴》

所在地域

※ 地域区分については、2 ページ参照

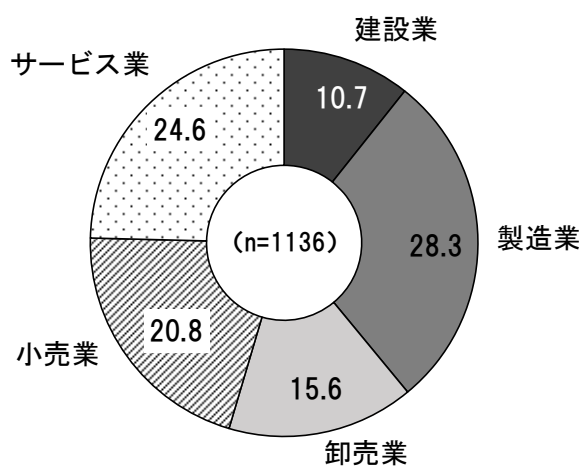
和歌山市が 41.3% で最多。紀北・紀南が 2 割前後。紀中が 16.3% で最少



産業

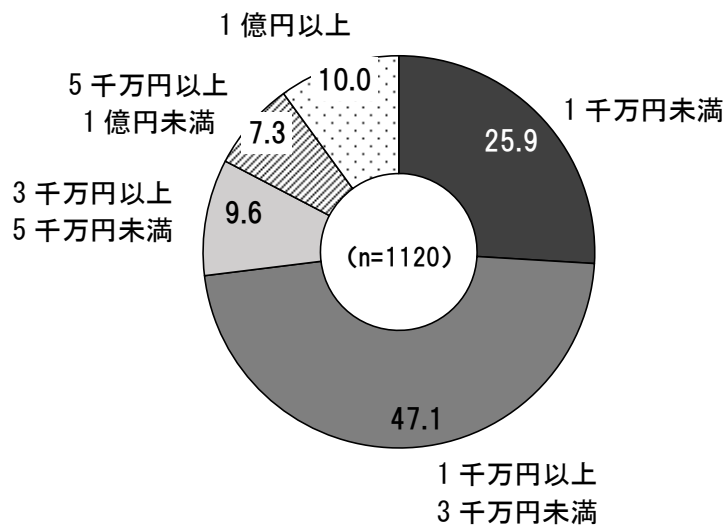
※ 産業区分については、2 ページ参照

製造業が 28.3% で最多。建設業が 10.7% で最少



資本金（※個人事業所除く）

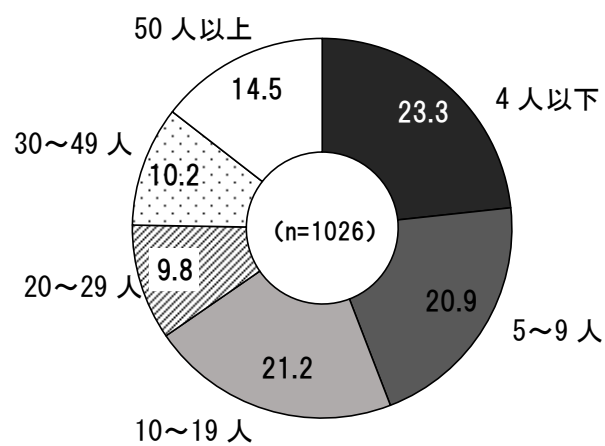
3,000 万円未満が 73.0%を占める



従業員数

※ 有給役員、家族従業員、正社員、嘱託・契約社員、パート・アルバイト、他社への出向・派遣者数の合計値。

20 人未満が 65.4%を占める



第1章 企業概要（従業員数、売上高規模、利益率等）

本章概要

【従業員について】

非正規雇用比率「30%以上」の事業者が37.2%で、直近6年間では最も多い
従業員女性比率「30%以上」の事業者が2年連続で増加

- 非正規雇用比率で「30%以上」が37.2%となり、平成28年以降では最高に（p. 7）
- 従業員女性比率が「30%以上」の事業者が2年連続で増加（p. 14）
- 正社員女性比率が「50%以上」の事業者は25.3%で、前年からほぼ横ばい（p. 16）

【従業員の平均年収、平均年齢について】

正社員の平均年齢は上昇傾向が続いている
正社員の平均年収は増加に転じ、「400万円以上」の事業者が増加傾向にある

- 正社員の平均年齢（事業者平均値）は47.2歳で、前年から0.8歳上昇（p. 25）
- 正社員の平均年齢「45歳以上」の事業者が増加傾向（p. 26）
- 正社員の平均年収（給与所得者数による加重平均）は456.0万円。前年に比べて約50万円増加。（p. 28）
- 平均年収「400万円」以上の事業者が増加傾向にある。業種別では、総合工事業、建築材料卸売業、機械器具小売業、衣料品小売業、不動産業、医療・福祉などで「400万円」以上が増加（p. 29）

【直近決算期の業績について】

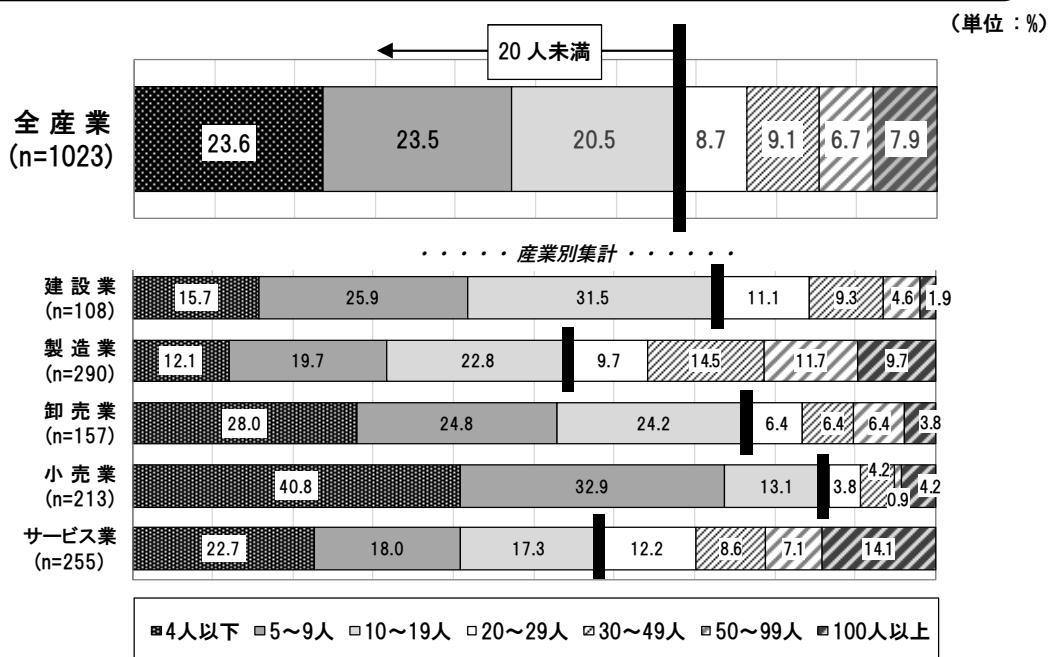
売上高営業利益率の県内平均値は3.0%（前年比0.5ポイント上昇）
利益率「5%以上」の事業者が増加する一方で、「0%未満」の事業者も増加

- 売上高営業利益率「5%以上」の事業者が増加する一方で、「0%未満」の事業者も増加している（p. 35）
- 製造業で低利益率の事業者が増。サービス業、建設業は高利益率の事業者が増（p. 35）
- 従業員数「5～9人」、「10～19人」、「50～99人」、「100人以上」において、低利益率の事業者が増加（p. 38）
- 紀南地域において、売上高営業利益率「0%未満」の事業者が3割弱とやや多い。また、和歌山市で低利益率の事業者が増加傾向（p. 40）

《単一回答》

図 1 従業員数

20 人未満の事業者が 67.5% を占める。特に小売業で多い

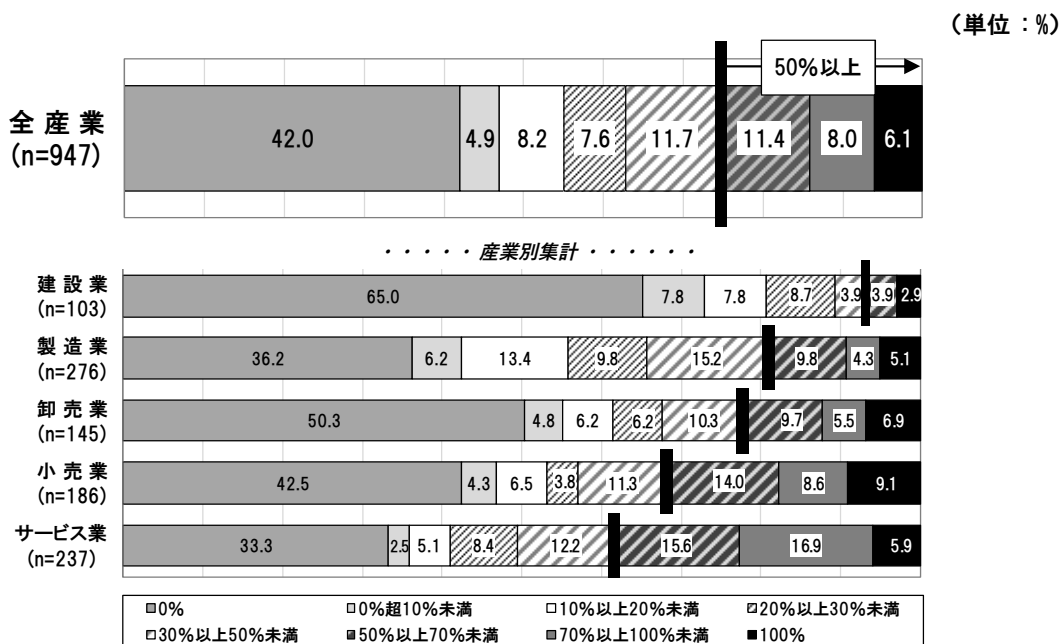


《単一回答》

図 2 非正規雇用比率

※ 1 つの事業所の中で、従業員に占める非正規雇用者（パート・アルバイト、契約社員等）の割合。

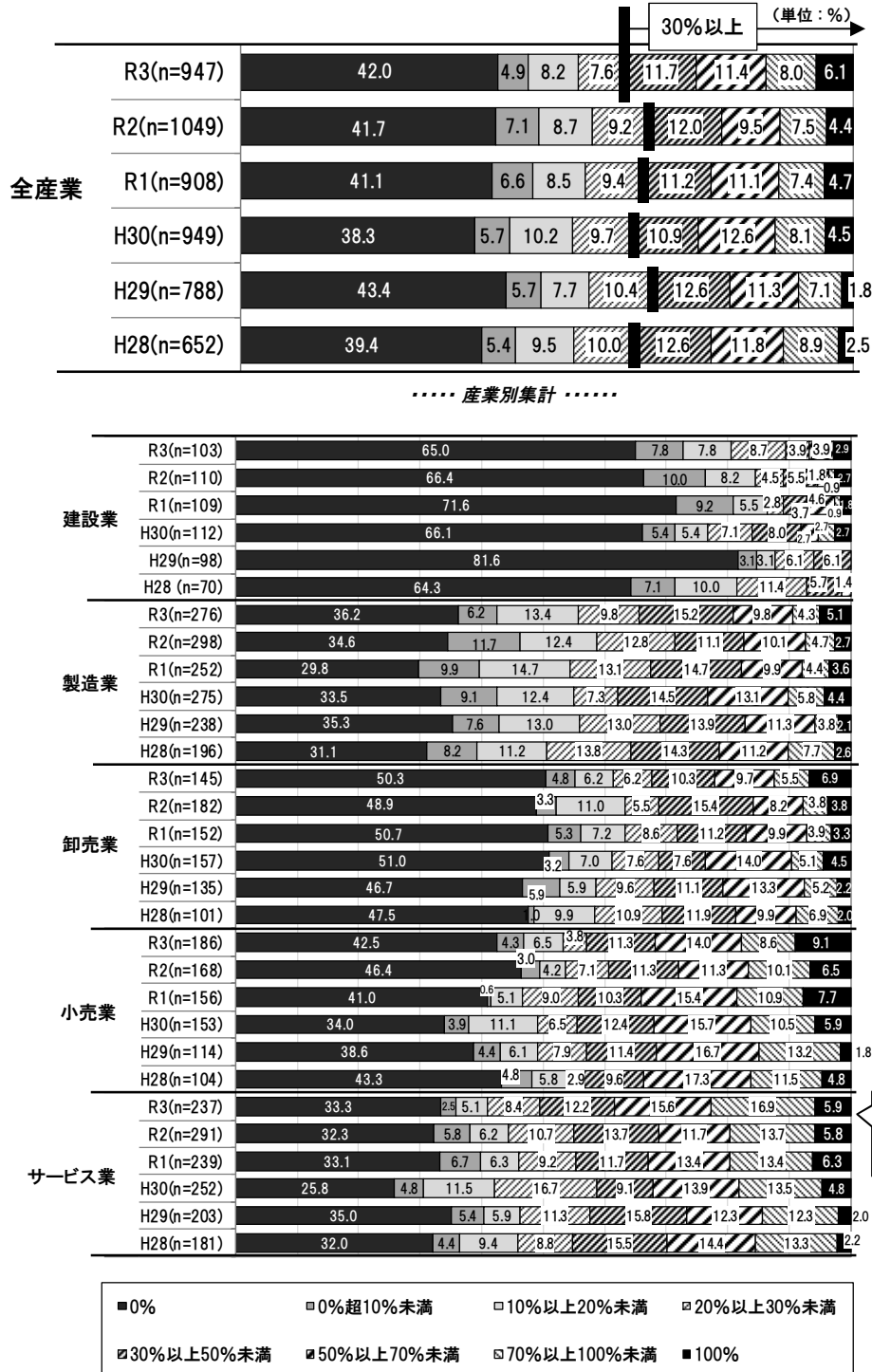
「50%以上」が 25.6%（サービス業では 38.4%、小売業では 31.7%）



《単一回答》

図 3 非正規雇用比率（過去調査との比較）

「30%以上」が37.2%となり、平成28年以降では最多に



（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「R29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《数値回答》

表 1 非正規雇用比率の平均値（全国調査との比較）

県の平均値は全国を下回ったが、3年ぶりに上昇

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業(n=947)	26.9	41.9	▲ 15.0	24.4	25.3
建設業(n=103)	10.2	17.7	▲ 7.5	9.0	8.1
総合工事(n=39)	10.3	18.3	▲ 8.0	3.6	9.4
職別工事(n=31)	7.7	19.1	▲ 11.4	16.6	10.8
設備工事(n=33)	12.4	15.3	▲ 2.9	10.9	5.4
製造業(n=276)	24.6	27.6	▲ 3.0	22.0	23.8
食料品(n=51)	46.1	49.8	▲ 3.8	38.1	41.0
繊維製品(n=38)	21.8	36.1	▲ 14.4	19.7	25.8
木材・木工製品(n=26)	19.9	23.0	▲ 3.1	23.6	23.7
化学製品(n=26)	15.4	20.1	▲ 4.8	20.7	20.5
鉄鋼・金属製品(n=33)	23.5	17.8	5.7	17.4	20.7
機械・機械部品(n=45)	12.1	20.9	▲ 8.8	16.5	14.6
その他(n=57)	24.2	26.0	▲ 1.8	17.3	18.4
卸売業(n=145)	23.0	26.2	▲ 3.2	20.5	19.8
飲食料品(n=28)	37.5	41.8	▲ 4.3	36.5	31.4
建築材料(n=36)	13.9	16.5	▲ 2.6	14.7	10.5
機械器具(n=25)	15.1	15.6	▲ 0.5	11.5	19.8
化学製品(n=28)	27.8	-	-	16.8	16.4
その他(n=28)	22.6	29.8	▲ 7.2	23.3	20.8

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
小売業(n=186)	30.7	63.3	▲ 32.6	27.9	32.5
衣料品(n=16)	49.3	60.2	▲ 10.9	32.3	38.7
飲食料品(n=30)	36.9	81.0	▲ 44.2	48.8	55.1
生活・文化用品(n=31)	26.8	-	-	26.2	30.3
自動車(n=25)	10.0	-	-	4.9	17.9
燃料(n=36)	28.0	-	-	20.1	30.8
機械器具(n=25)	28.5	26.0	2.5	24.4	11.8
その他の(n=23)	43.9	55.8	▲ 11.9	34.9	38.2
サービス業(n=237)	36.3	50.1	▲ 13.7	33.0	33.4
不動産業(n=26)	35.7	42.0	▲ 6.2	27.7	33.6
運輸業(n=43)	20.3	27.2	▲ 6.9	20.8	10.0
旅館・ホテル業(n=34)	54.3	63.8	▲ 9.5	48.3	57.3
飲食業(n=21)	60.1	83.1	▲ 23.0	54.2	68.6
医療・福祉(n=26)	37.2	-	-	34.3	32.9
生活関連(n=15)	39.0	56.2	▲ 17.2	31.6	31.9
教養・娯楽(n=23)	46.8	61.1	▲ 14.3	51.2	51.7
その他(n=49)	21.9	-	-	19.5	20.9

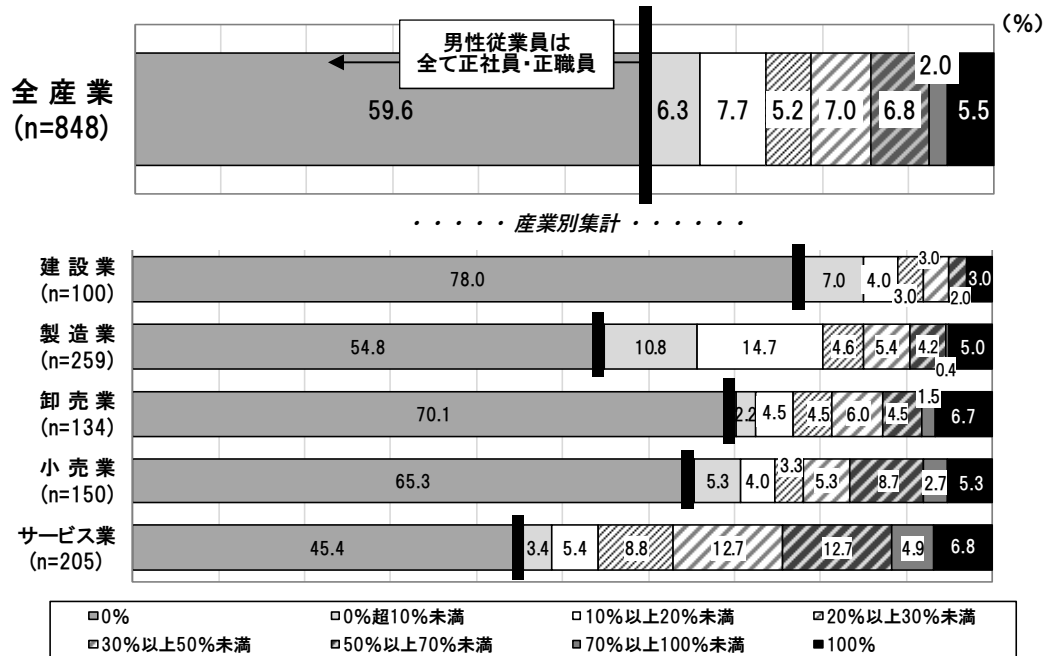
- (注 1) 全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。
- (注 2) 表中の「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。
- (注 3) 表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。
- (資料) 県の値は当調査より。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和 2 年度確報、令和元年度決算実績）より算出。

《単一回答》

図 4 男性の非正規雇用比率

※ 1 つの事業所の中で、男性従業員に占める非正規雇用者（男性）の割合。

「男性従業員は全て正社員・正職員」という事業者が 6 割弱



《数値回答》

表 2 男性の非正規雇用比率の平均値（全国調査との比較）

県の平均値は全国を下回り、前年から横ばい

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業 (n=848)	16.3	24.9	▲ 8.7	16.3	16.0
建設業 (n=100)	7.3	12.9	▲ 5.6	6.5	6.3
総合工事 (n=38)	8.1	14.8	▲ 6.7	1.2	7.5
職別工事 (n=30)	3.7	12.5	▲ 8.8	12.0	6.7
設備工事 (n=32)	9.7	9.4	▲ 0.3	9.7	5.1
製造業 (n=259)	13.3	13.9	▲ 0.6	12.5	11.5
食料品 (n=49)	23.0	28.9	▲ 5.9	19.5	17.0
繊維製品 (n=33)	16.1	17.0	▲ 0.9	14.0	10.6
木材・木工製品 (n=25)	6.9	15.1	▲ 8.2	9.0	5.6
化学製品 (n=25)	8.7	9.9	▲ 1.2	14.6	13.0
鉄鋼・金属製品 (n=33)	15.1	10.2	▲ 4.9	10.5	15.6
機械・機械部品 (n=42)	5.4	11.1	▲ 5.7	10.0	8.6
その他 (n=52)	12.7	13.1	▲ 0.4	9.2	10.1
卸売業 (n=134)	14.5	13.9	▲ 0.7	14.5	11.3
飲食料品 (n=26)	25.9	24.3	▲ 1.6	23.9	15.2
建築材料 (n=35)	12.3	10.6	▲ 1.7	12.5	9.3
機械器具 (n=23)	7.9	9.2	▲ 1.2	7.5	13.9
化学製品 (n=24)	12.4	-	-	12.9	10.2
その他 (n=26)	13.9	13.5	▲ 0.4	15.8	8.7
小売業 (n=150)	15.8	48.8	▲ 33.0	19.5	21.4
衣料品 (n=6)	8.3	31.6	▲ 23.3	16.7	0.0
飲食料品 (n=25)	24.2	71.7	▲ 47.5	40.8	38.9
生活・文化用品 (n=24)	18.8	-	-	21.2	22.1
自動車 (n=24)	6.5	-	-	1.7	17.0
燃料 (n=32)	13.9	-	-	14.5	27.3
機械器具 (n=21)	9.0	12.3	▲ 3.3	15.1	1.0
その他の (n=18)	26.8	44.3	▲ 17.5	22.8	22.2
サービス業 (n=205)	25.9	31.7	▲ 5.8	24.0	25.7
不動産業 (n=16)	34.2	29.7	▲ 4.4	21.8	29.8
運輸業 (n=43)	17.5	19.3	▲ 1.7	18.2	7.6
旅館・ホテル業 (n=30)	36.9	45.1	▲ 8.2	41.8	40.8
飲食業 (n=17)	42.2	61.8	▲ 19.6	37.0	52.8
医療・福祉 (n=24)	18.0	-	-	19.1	26.5
生活関連 (n=11)	25.6	32.8	▲ 7.3	22.3	10.1
教養・娯楽 (n=20)	36.2	51.4	▲ 15.1	36.5	40.3
その他 (n=44)	16.9	-	-	14.8	18.7

(注) 全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。また、表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

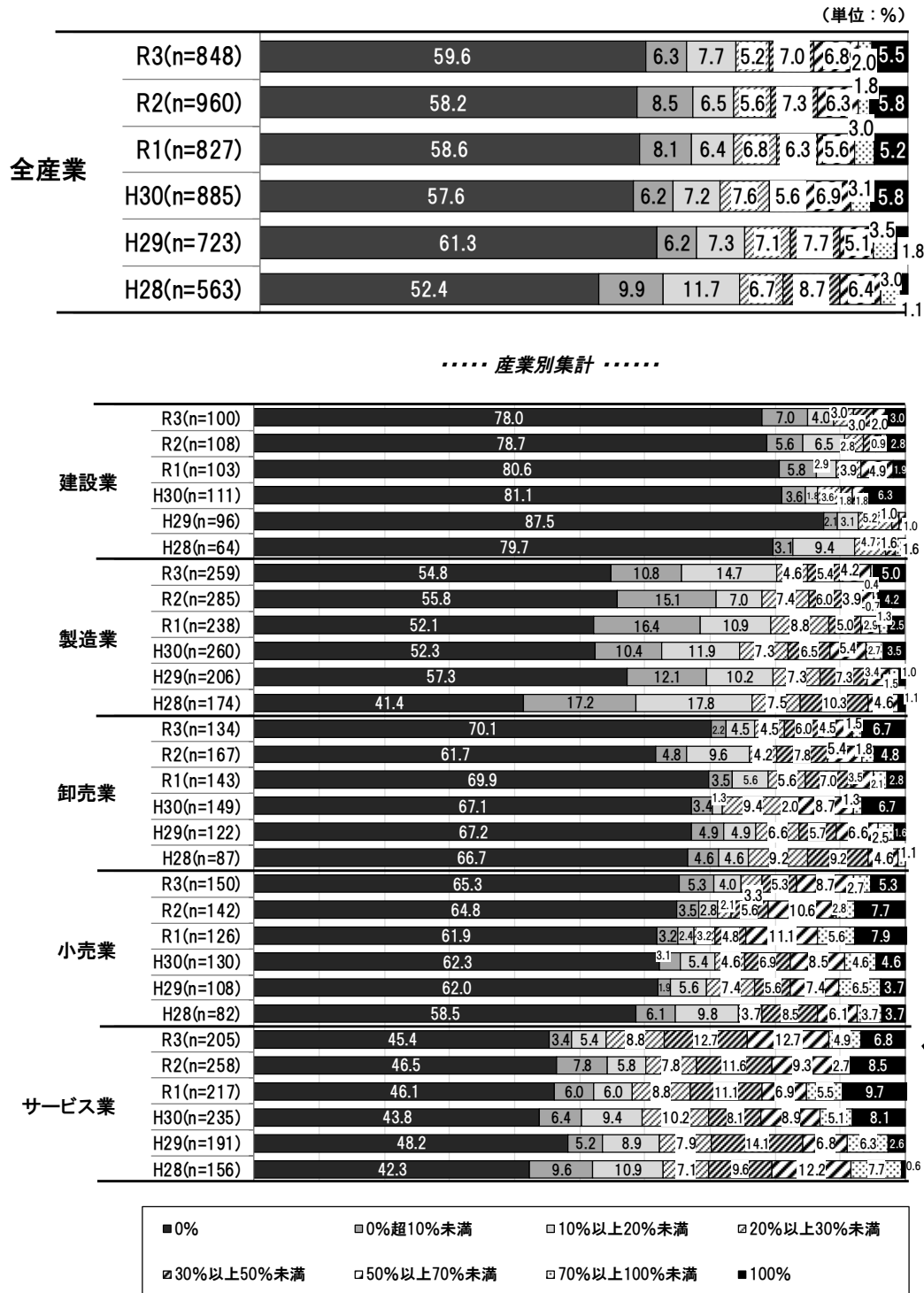
「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

(資料) 県の値は当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和 2 年度確報、令和元年度決算実績）より算出。

《単一回答》

図 5 男性の非正規雇用比率（過去調査との比較）

小売業で「0%」が増加する一方、サービス業で「30%以上」が増加

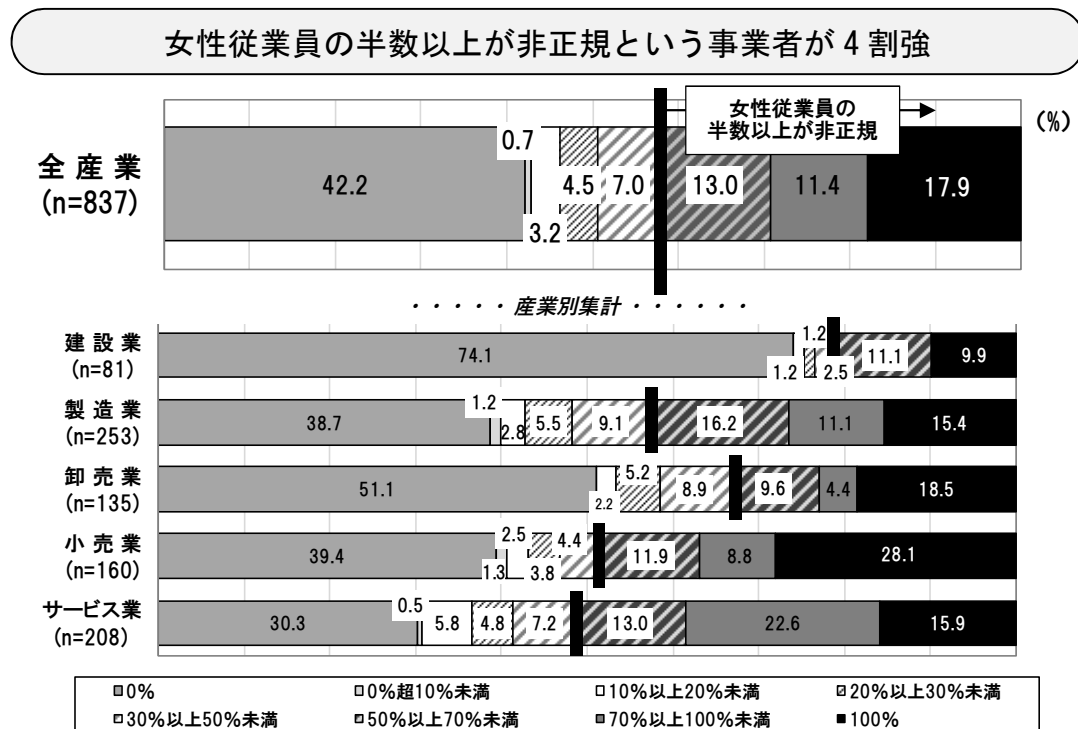


(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 6 女性の非正規雇用比率

※ 1つの事業所の中で、女性従業員に占める非正規雇用者（女性）の割合。



《数値回答》

表 3 女性の非正規雇用比率の平均値（全国調査との比較）

県の平均値が3年ぶりに上昇（上昇幅は4.3ポイント）

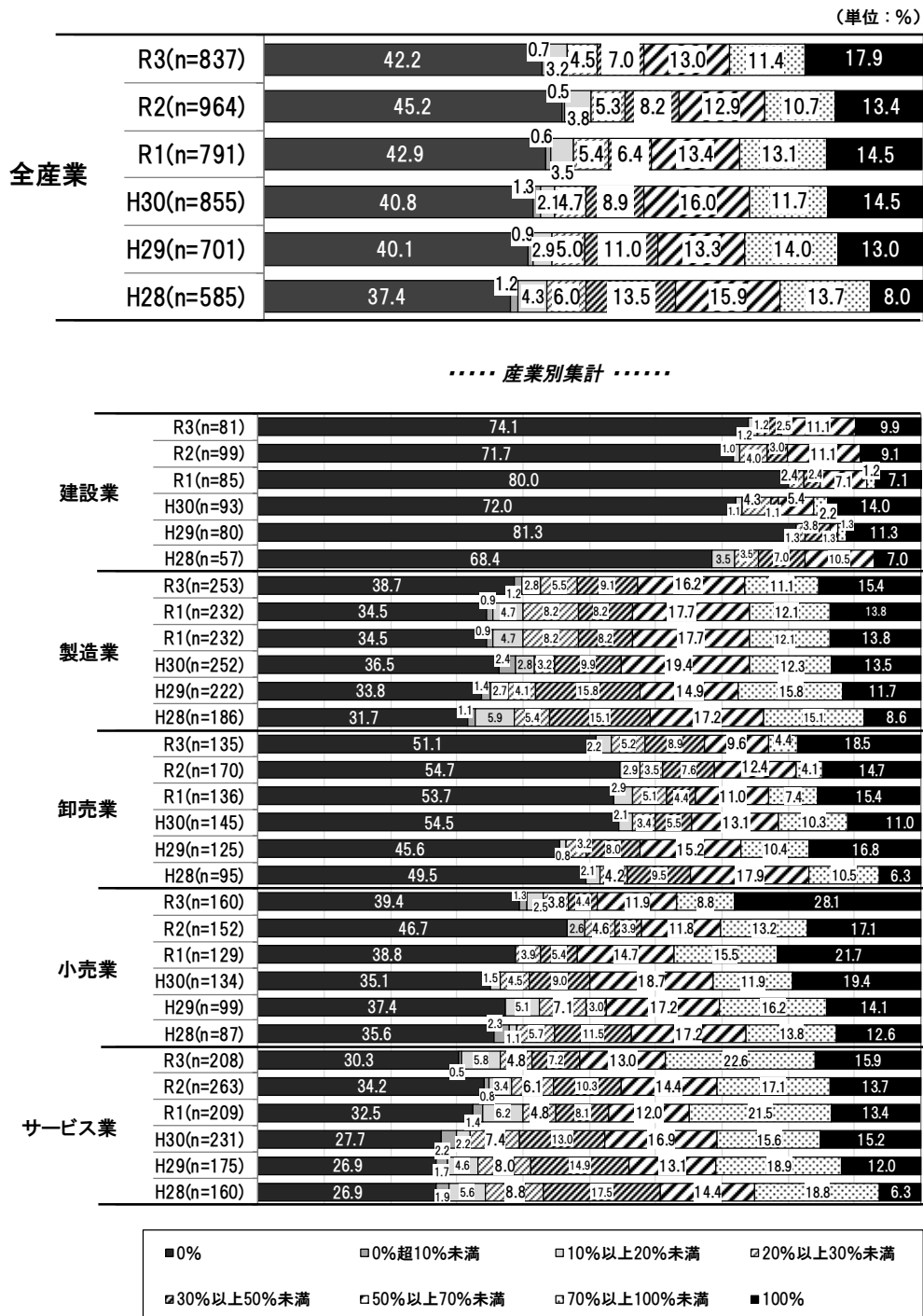
	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業(n=837)	39.0	63.6	▲24.5	34.7	37.3
建設業(n=81)	17.0	36.8	▲19.8	17.3	12.9
総合工事(n=32)	15.1	32.9	▲17.8	13.6	11.0
職別工事(n=24)	21.3	43.3	▲22.0	27.5	22.7
設備工事(n=25)	15.3	37.9	▲22.6	13.8	8.1
製造業(n=253)	39.1	50.3	▲11.2	35.0	39.8
食料品(n=50)	61.0	65.9	▲5.0	50.1	51.0
繊維製品(n=35)	27.0	45.7	▲18.6	23.3	35.0
木材・木工製品(n=24)	38.4	43.1	▲4.7	44.7	51.3
化学製品(n=26)	30.3	38.5	▲8.2	28.6	28.6
鉄鋼・金属製品(n=29)	35.6	40.9	▲5.2	31.8	34.3
機械・機械部品(n=38)	28.1	44.0	▲15.9	33.5	33.3
その他(n=51)	41.1	47.8	▲6.7	29.5	37.6
卸売業(n=135)	32.3	45.5	▲13.2	28.7	31.2
食料品(n=27)	43.7	63.4	▲19.7	50.5	46.9
建築材料(n=32)	23.4	30.4	▲7.0	20.6	18.6
機械器具(n=24)	25.0	30.7	▲5.6	16.6	29.0
化学製品(n=25)	41.8	-	-	25.1	23.5
その他(n=27)	28.9	46.6	▲17.7	31.2	35.2
小売業(n=160)	45.0	73.2	▲28.1	38.4	46.1
衣料品(n=15)	57.7	67.0	▲9.2	37.2	51.7
飲食料品(n=28)	48.1	86.5	▲38.4	62.1	63.8
生活・文化用品(n=24)	37.7	-	-	31.3	50.6
自動車(n=19)	17.2	-	-	16.8	16.7
燃料(n=31)	56.0	-	-	28.4	43.1
機械器具(n=23)	41.3	49.2	▲7.9	39.4	41.2
その他の(n=20)	53.8	63.9	▲10.2	50.6	48.6
サービス業(n=208)	47.3	70.2	▲22.9	42.6	43.2
不動産業(n=19)	49.4	54.3	▲4.8	33.0	34.9
運輸業(n=36)	31.5	60.6	▲29.2	29.1	22.6
旅館・ホテル業(n=32)	70.8	75.2	▲4.4	65.1	71.5
飲食業(n=20)	74.1	91.1	▲17.0	71.2	80.5
医療・福祉(n=26)	41.7	-	-	39.2	37.1
生活関連(n=14)	48.3	65.6	▲17.3	46.1	41.8
教養・娯楽(n=19)	58.7	70.8	▲12.1	72.2	65.7
その他(n=42)	27.4	-	-	25.0	29.1

(注) 全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。また、表中のn値は令和3年度調査（当調査）における有効回答数。
 「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。
 (資料) 県の値は当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和2年度確報、令和元年度決算実績）より算出。

《単一回答》

図 7 女性の非正規雇用比率（過去調査との比較）

「30%以上」の事業者が増加（特にサービス業で）

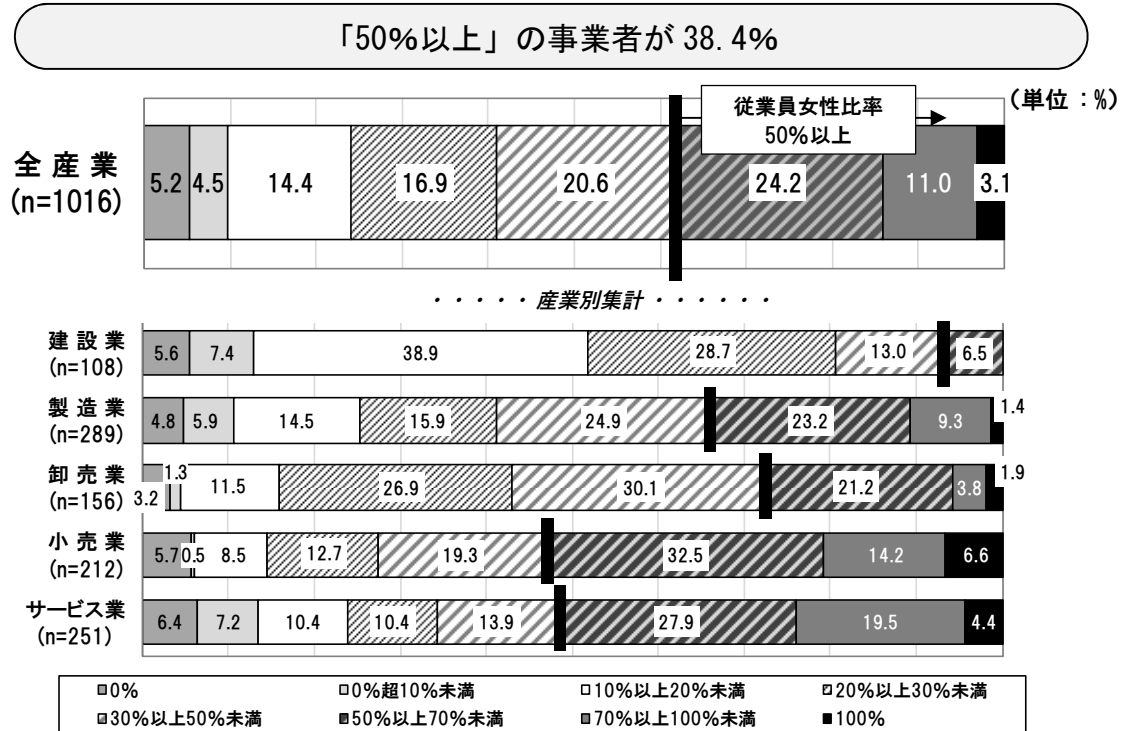


（注）図中の「R3」は令和2年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 8 従業員女性比率

※ 1 つの事業所の中で、従業員に占める女性従業員の割合。



《数値回答》

表 4 従業員女性比率の平均値（全国調査との比較）

県の平均値は 2 年連続で上昇

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業 (n=1016)	39.9	41.4	▲ 1.5	38.2	37.5
建設業 (n=108)	21.2	21.2	▲ 0.0	19.5	21.7
総合工事 (n=41)	19.4	20.7	▲ 1.3	20.9	23.2
職別工事 (n=33)	23.1	21.8	▲ 1.3	19.3	21.7
設備工事 (n=34)	21.5	21.5	▲ 0.0	17.7	20.3
製造業 (n=289)	38.0	36.1	▲ 1.9	36.0	35.4
食料品 (n=53)	54.6	54.3	▲ 0.4	55.5	56.7
繊維製品 (n=40)	49.5	59.7	▲ 10.2	41.0	42.2
木材・木工製品 (n=32)	37.0	26.4	▲ 10.5	34.6	33.7
化学製品 (n=26)	31.4	34.9	▲ 3.6	27.4	29.7
鉄鋼・金属製品 (n=33)	25.5	24.5	▲ 0.9	25.5	22.2
機械・機械部品 (n=46)	24.5	29.1	▲ 4.6	23.8	24.4
その他 (n=59)	36.3	35.4	▲ 0.9	39.1	33.5
卸売業 (n=156)	36.7	36.5	▲ 0.3	36.1	34.4
飲食物品 (n=29)	44.5	41.2	▲ 3.3	45.7	41.7
建築材料 (n=38)	33.3	28.9	▲ 4.4	30.4	30.9
機械器具 (n=30)	36.9	28.3	▲ 8.6	32.8	33.0
化学製品 (n=30)	35.8	-	-	36.0	32.8
その他 (n=29)	34.1	44.9	▲ 10.8	36.1	33.8
小売業 (n=212)	47.1	54.3	▲ 7.2	46.5	45.9
衣料品 (n=21)	71.7	70.5	▲ 1.2	70.0	63.6
飲食物品 (n=32)	57.6	58.0	▲ 0.4	63.0	66.6
生活・文化用品 (n=36)	53.2	-	-	55.1	56.9
自動車 (n=26)	24.8	-	-	27.9	23.7
燃料 (n=42)	36.6	-	-	34.4	36.6
機械器具 (n=27)	44.3	32.7	▲ 11.6	40.3	32.3
その他の (n=28)	47.8	54.2	▲ 6.4	42.3	43.7
サービス業 (n=251)	45.9	45.4	▲ 0.5	44.0	43.1
不動産業 (n=28)	47.5	44.4	▲ 3.1	41.4	42.6
運輸業 (n=44)	16.6	19.6	▲ 3.0	17.9	16.0
旅館・ホテル業 (n=39)	60.7	58.5	▲ 2.2	57.1	61.6
飲食業 (n=25)	59.9	64.8	▲ 4.9	56.3	55.8
医療・福祉 (n=26)	71.2	-	-	71.3	71.3
生活関連 (n=15)	64.7	67.0	▲ 2.2	57.3	53.3
教養・娯楽 (n=23)	44.3	47.9	▲ 3.6	45.5	42.2
その他 (n=51)	34.4	-	-	29.2	28.5

(注) 全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。また、表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

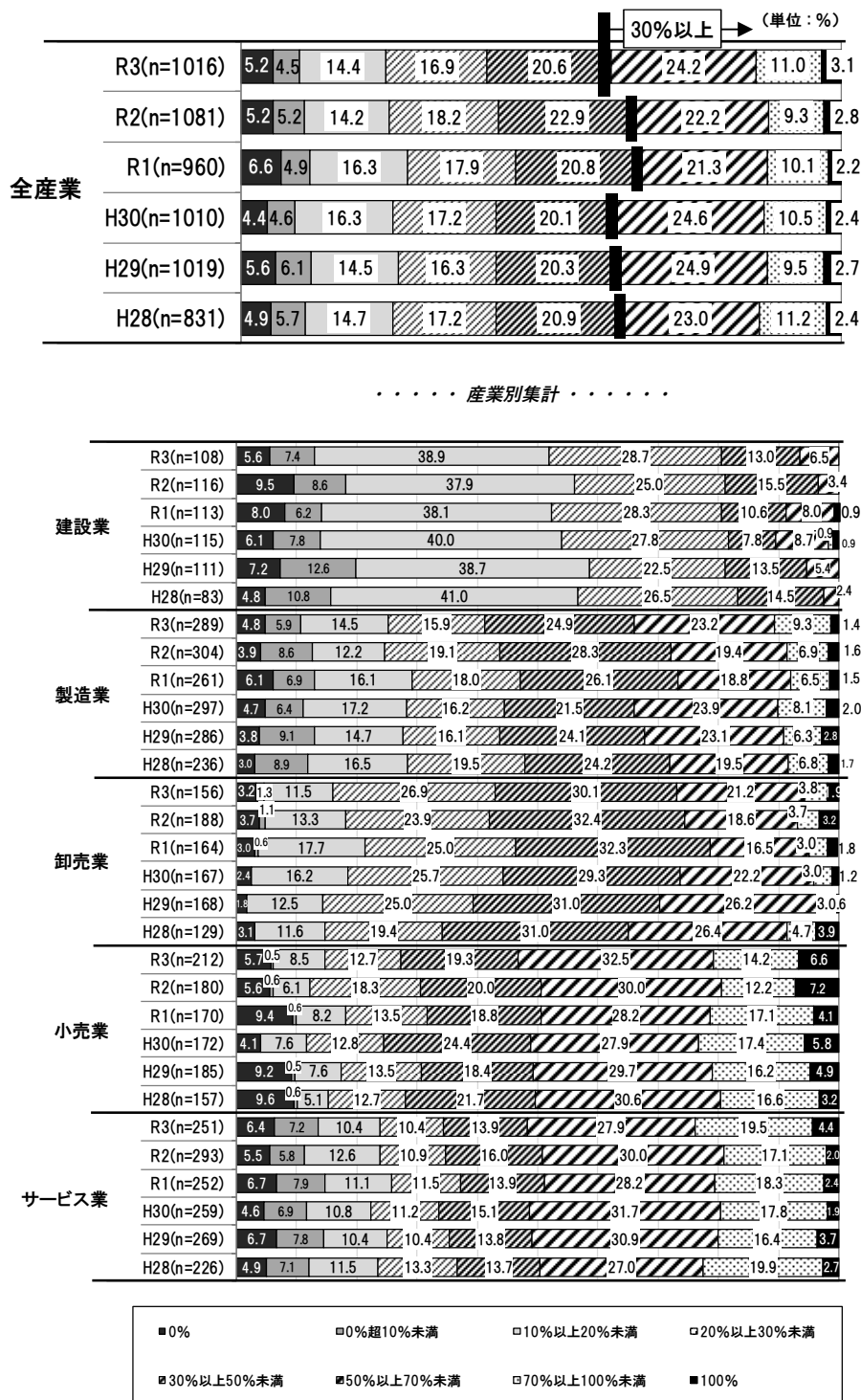
「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

(資料) 県の値は当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和 2 年度確報、令和元年度決算実績）より算出。

《単一回答》

図 9 従業員女性比率（過去調査との比較）

2 年連続で「30%以上」の事業者が増加



（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

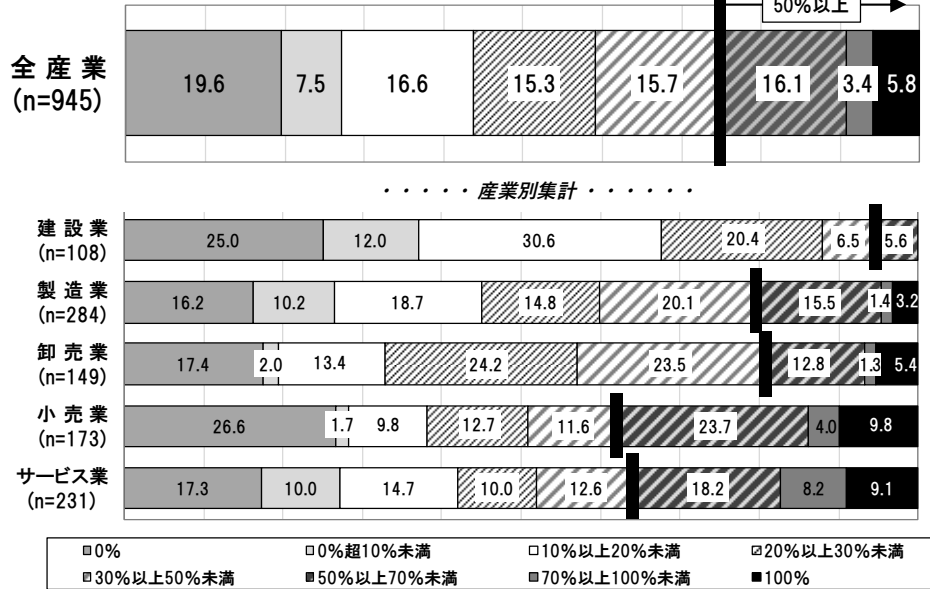
《単一回答》

図 10 正社員女性比率

※ 1つの事業所の中で、正社員・正職員に占める女性の正社員・正職員の割合。

「50%以上」の事業者が 25.3%（小売業・サービス業で多い）

（単位：％）



《数値回答》

表 5 正社員女性比率の平均値（全国調査との比較）

県の平均値は 2 年ぶりに下落（下落幅は 1.0 ポイント）

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業(n=945)	29.6	27.5	▲ 2.1	30.6	30.0
建設業(n=108)	15.0	15.6	▲ 0.6	15.4	17.2
総合工事(n=41)	14.9	15.9	▲ 1.0	16.5	19.8
職別工事(n=33)	14.8	15.0	▲ 0.2	13.4	15.3
設備工事(n=34)	15.2	15.4	▲ 0.2	15.4	16.2
製造業(n=284)	27.4	26.0	▲ 1.4	27.4	27.4
食料品(n=46)	37.1	38.4	▲ 1.3	42.2	42.2
繊維製品(n=39)	42.0	56.9	▲ 14.9	38.0	39.2
木材・木工製品(n=27)	24.4	20.9	▲ 3.5	20.4	19.2
化学製品(n=30)	25.3	27.6	▲ 2.3	25.8	24.3
鉄鋼・金属製品(n=36)	17.0	17.8	▲ 0.8	18.8	18.2
機械・機械部品(n=49)	19.1	21.1	▲ 2.0	15.3	16.8
その他(n=57)	25.7	26.3	▲ 0.6	29.7	26.3
卸売業(n=149)	29.6	28.9	0.7	29.2	27.6
飲食料品(n=30)	43.5	28.1	▲ 15.4	34.1	30.5
建築材料(n=37)	25.5	25.0	0.6	24.3	32.1
機械器具(n=27)	25.9	24.5	1.4	26.7	21.2
化学製品(n=24)	25.4	-	-	31.1	27.6
その他(n=31)	27.6	37.3	▲ 9.7	30.9	25.0
小売業(n=173)	34.6	43.4	▲ 8.8	38.8	36.9
衣料品(n=10)	63.9	67.1	▲ 3.2	75.4	60.7
飲食料品(n=27)	48.5	44.6	3.9	50.1	43.4
生活・文化用品(n=31)	46.4	-	-	50.6	52.5
自動車(n=27)	15.4	-	-	22.2	19.4
燃料(n=33)	17.4	-	-	26.4	29.2
機械器具(n=25)	30.6	25.4	5.2	30.8	20.7
その他の(n=20)	42.4	47.8	▲ 5.3	38.6	37.2
サービス業(n=231)	35.3	28.5	6.9	36.5	36.1
不動産業(n=17)	46.5	39.3	7.2	36.5	42.2
運輸業(n=47)	11.3	10.4	0.9	11.9	10.9
旅館・ホテル業(n=34)	36.9	42.6	▲ 5.7	48.6	47.9
飲食業(n=22)	38.8	38.4	0.3	34.8	35.0
医療・福祉(n=26)	67.6	-	-	67.4	68.3
生活関連(n=14)	51.7	56.1	▲ 4.4	51.6	38.8
教養・娯楽(n=19)	32.1	37.6	▲ 5.5	31.0	28.2
その他(n=52)	31.6	-	-	24.9	27.3

（注）全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。また、表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

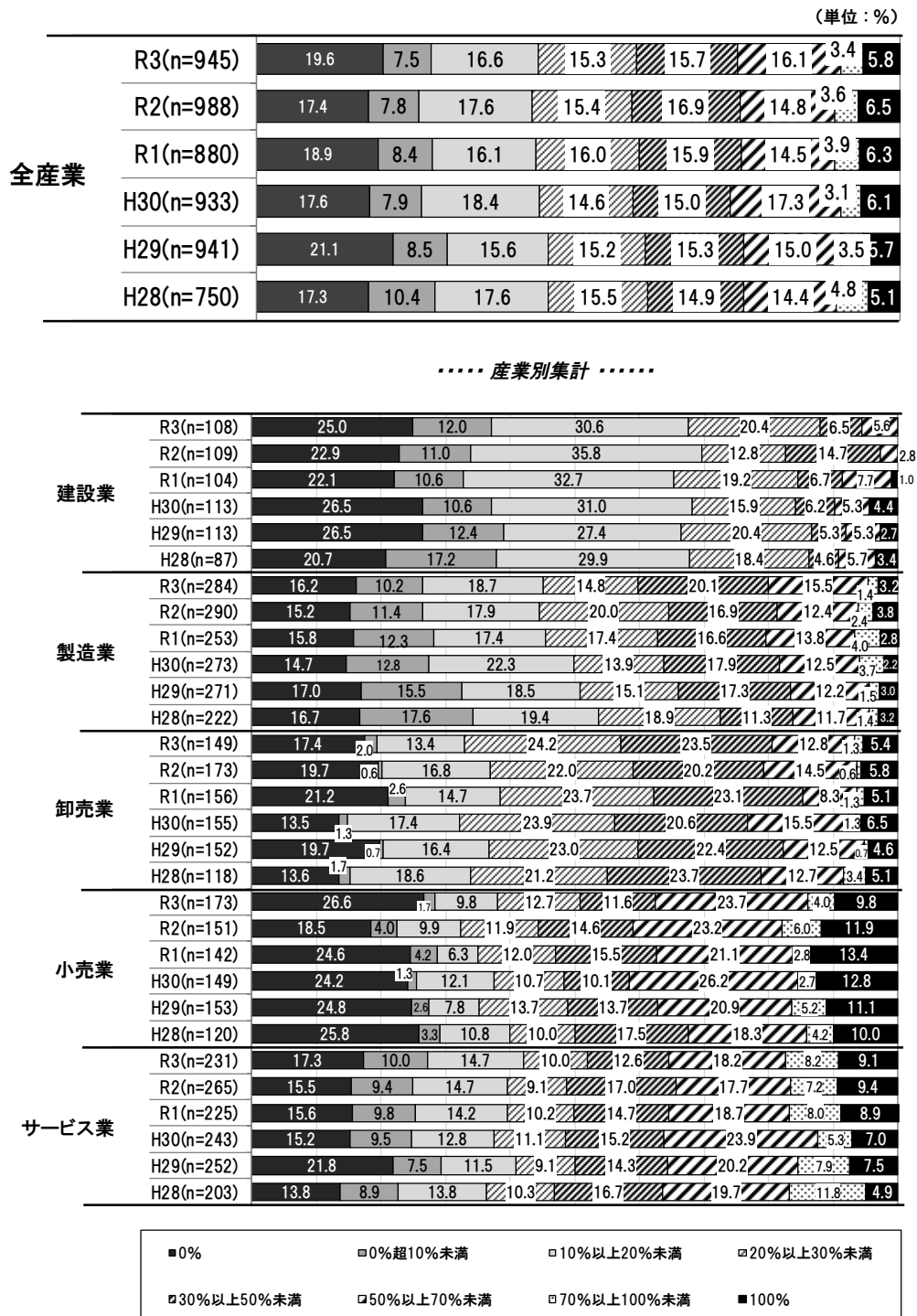
「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

（資料）県の値は当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和 2 年度確報、令和元年度決算実績）より算出。

《単一回答》

図 11 正社員女性比率（過去調査との比較）

前年から大きな変化はなし



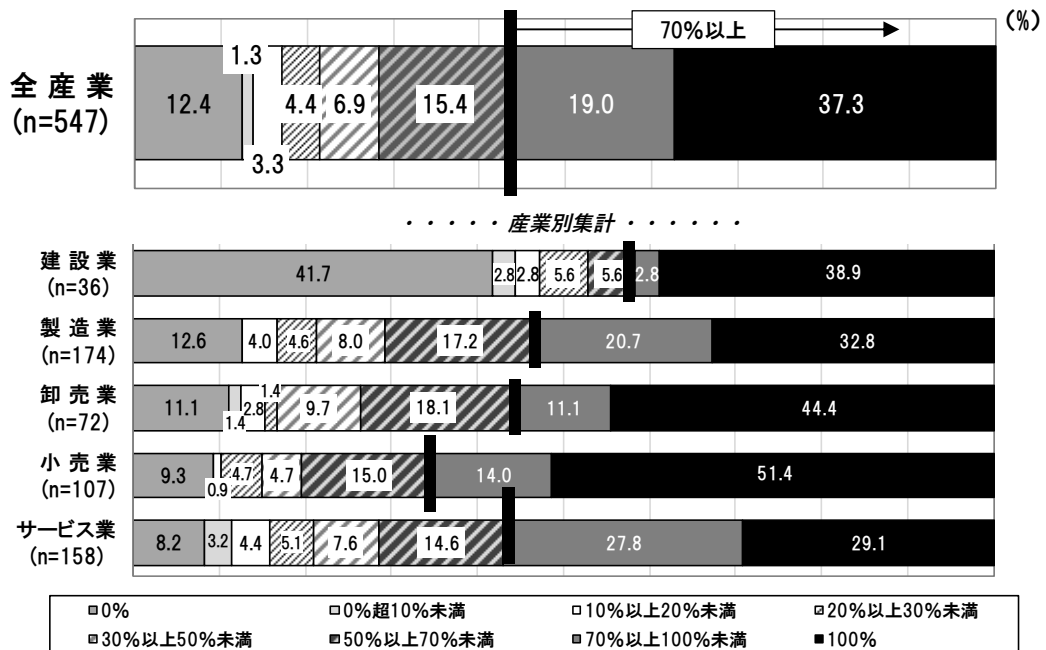
(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」「R1」「H30」「H29」「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 12 非正規社員女性比率

※ 1つの事業所の中で、非正規雇用者に占める女性の非正規雇用者の割合。

「70%以上」の事業者が 6 割弱



《数値回答》

表 6 非正規社員女性比率の平均値（全国調査との比較）

県の平均値は 2 年連続で上昇

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業 (n=547)	66.0	66.6	▲ 0.6	65.3	64.6
建設業 (n=36)	46.7	42.1	▲ 4.6	55.0	43.3
総合工事 (n=15)	39.1	34.8	▲ 4.3	66.9	51.0
職別工事 (n=11)	68.2	48.5	▲ 19.7	52.3	50.0
設備工事 (n=10)	34.3	52.2	▲ 17.9	46.8	28.0
製造業 (n=174)	64.6	68.8	▲ 4.2	64.5	65.3
食料品 (n=43)	79.4	74.8	▲ 4.5	78.1	81.2
繊維製品 (n=17)	63.7	84.4	▲ 20.7	67.1	72.4
木材・木工製品 (n=16)	71.3	52.9	▲ 18.3	71.3	76.7
化学製品 (n=15)	54.4	68.6	▲ 14.2	47.2	55.7
鉄鋼・金属製品 (n=22)	48.4	56.9	▲ 8.5	58.6	43.9
機械・機械部品 (n=22)	59.3	62.7	▲ 3.4	56.9	57.8
その他 (n=39)	62.1	68.5	▲ 6.3	63.0	59.9
卸売業 (n=72)	67.0	67.8	▲ 0.9	62.3	65.0
飲食料品 (n=19)	70.5	67.9	▲ 2.6	72.0	73.0
建築材料 (n=15)	63.3	55.1	▲ 8.2	57.5	67.8
機械器具 (n=11)	59.1	58.8	0.3	56.4	47.0
化学製品 (n=13)	76.6	-	-	56.5	70.0
その他 (n=14)	63.3	76.9	▲ 13.5	61.9	66.7
小売業 (n=107)	74.7	68.7	▲ 5.9	73.1	72.7
衣料品 (n=11)	97.0	90.0	▲ 7.0	93.3	100.0
飲食料品 (n=18)	88.8	67.1	▲ 21.8	82.1	80.3
生活・文化用品 (n=15)	78.6	-	-	77.5	93.0
自動車 (n=11)	52.1	-	-	70.6	24.8
燃料 (n=22)	60.4	-	-	51.0	43.6
機械器具 (n=15)	77.1	70.2	▲ 6.9	74.4	97.1
その他の (n=15)	72.5	67.1	▲ 5.4	73.3	74.1
サービス業 (n=158)	65.7	66.9	▲ 1.2	66.0	63.1
不動産業 (n=13)	71.8	64.5	▲ 7.3	61.6	58.7
運輸業 (n=22)	32.2	42.8	▲ 10.6	32.6	39.0
旅館・ホテル業 (n=28)	75.3	73.2	▲ 2.0	73.9	77.8
飲食業 (n=17)	77.3	79.8	▲ 2.6	78.1	73.1
医療・福祉 (n=24)	82.8	-	-	86.0	77.1
生活関連 (n=9)	83.5	83.3	0.2	78.3	79.3
教養・娯楽 (n=16)	62.7	58.1	▲ 4.6	71.7	60.2
その他 (n=29)	54.2	-	-	50.7	46.0

(注) 全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。また、表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

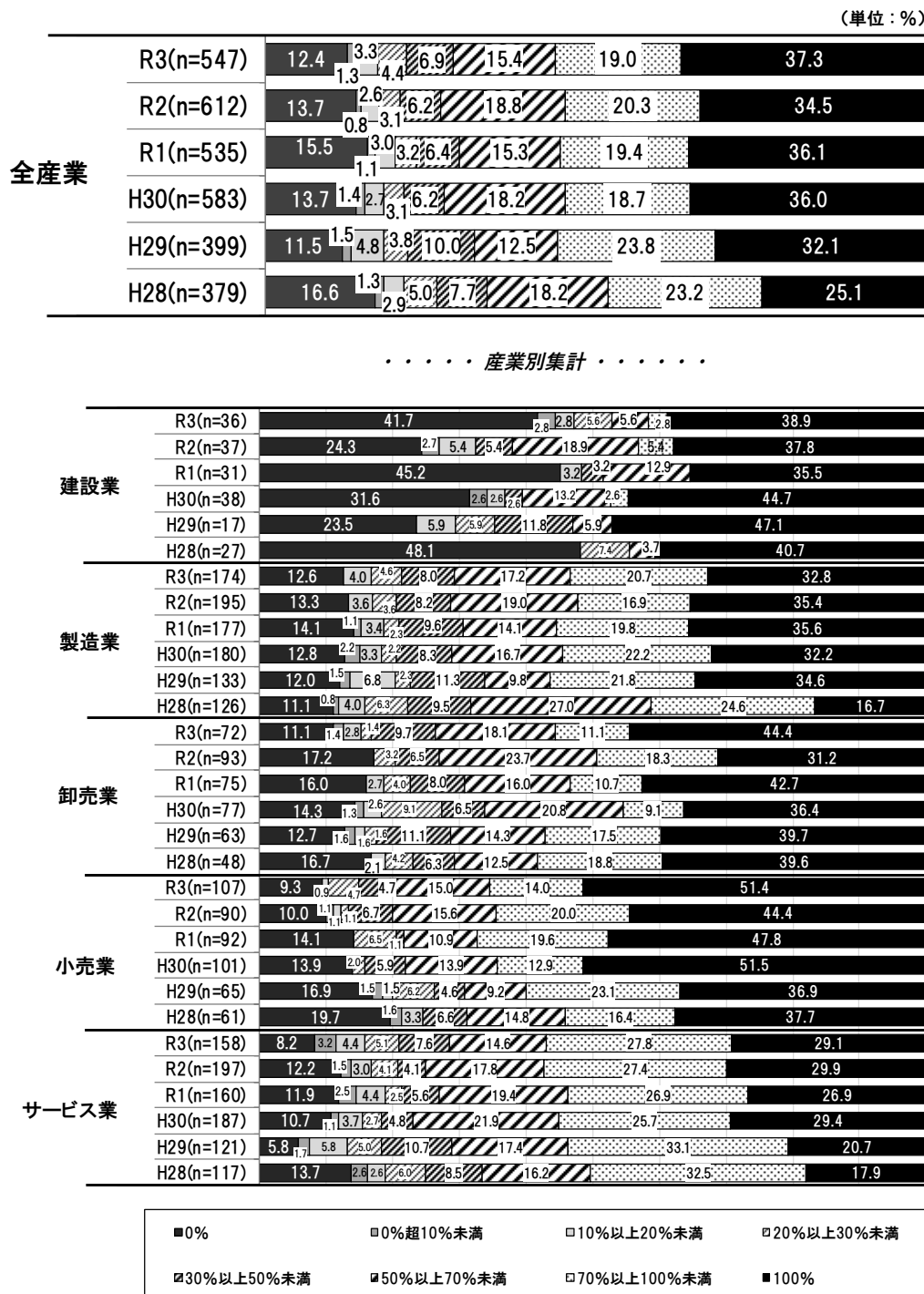
「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

(資料) 県の値は当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和 2 年度確報、令和元年度決算実績）より算出。

《単一回答》

図 13 非正規社員女性比率（過去調査との比較）

「70%以上」の事業者は 56.3%を占め、平成 28 年以降の最高値を更新

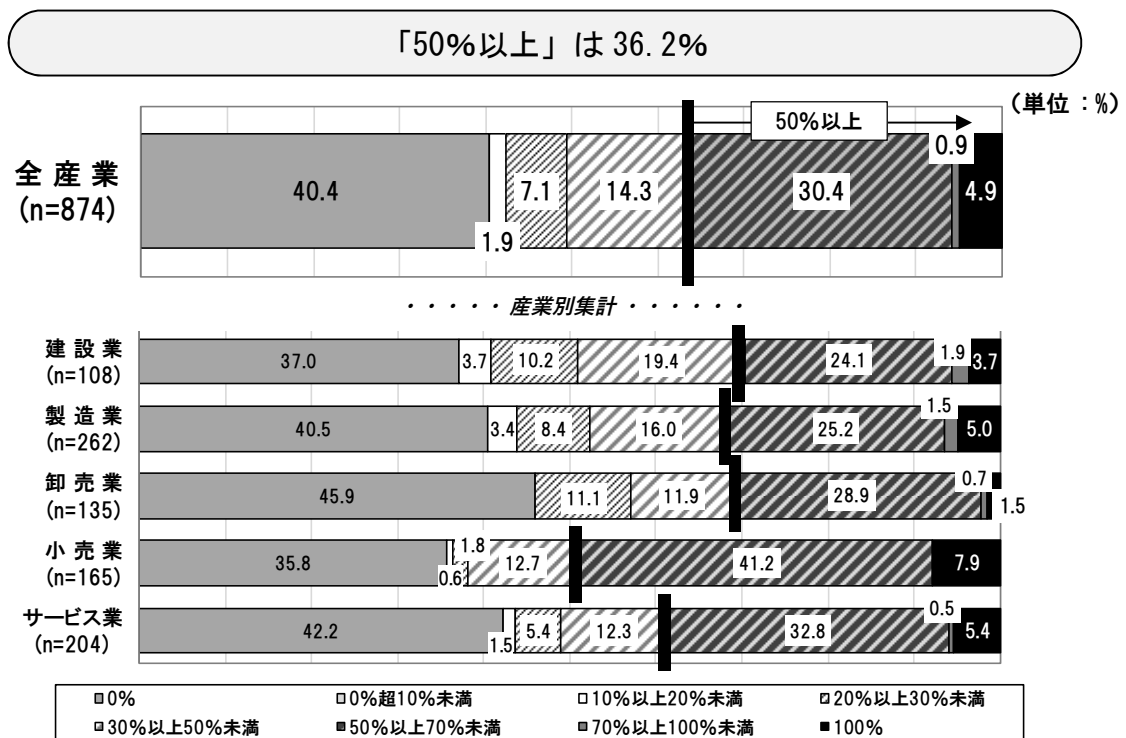


（注）図中の「R3」は令和 3 年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 14 有給役員女性比率

※ 1 つの事業所の中で、有給役員に占める女性の有給役員の割合。



《数値回答》

表 7 有給役員女性比率の平均値 (全国調査との比較)

県の平均値は 2 年連続で上昇するも、全国に比べて 2.1 ポイント低い

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業 (n=874)	28.6	30.7	▲ 2.1	28.2	27.9
建設業 (n=108)	27.1	28.2	▲ 1.1	26.6	27.3
総合工事 (n=43)	24.3	27.9	▲ 3.6	28.9	27.7
職別工事 (n=31)	29.3	30.3	▲ 1.0	27.9	25.8
設備工事 (n=34)	28.6	26.5	2.1	22.1	27.9
製造業 (n=262)	28.0	27.4	0.6	24.1	25.1
食料品 (n=48)	31.9	31.2	0.7	22.1	27.7
繊維製品 (n=38)	37.7	30.4	7.4	30.5	28.6
木材・木工製品 (n=24)	35.8	28.8	6.9	28.7	20.0
化学製品 (n=23)	15.8	20.9	▲ 5.2	11.2	13.0
鉄鋼・金属製品 (n=31)	20.5	27.2	▲ 6.6	19.8	34.5
機械・機械部品 (n=46)	21.0	25.2	▲ 4.2	22.1	20.0
その他 (n=52)	29.8	27.8	2.0	29.8	27.7
卸売業 (n=135)	23.7	25.3	▲ 1.6	29.8	27.6
飲食料品 (n=30)	23.1	25.0	▲ 1.9	29.2	24.2
建築材料 (n=32)	24.3	26.3	▲ 1.9	26.4	18.7
機械器具 (n=20)	26.3	21.3	5.0	25.5	31.4
化学製品 (n=22)	23.6	-	-	42.1	28.3
その他 (n=31)	22.2	27.7	▲ 5.4	28.6	34.3
サービス業 (n=204)	33.9	36.0	▲ 2.1	33.8	34.9
衣料品 (n=15)	44.0	37.9	6.1	52.4	39.3
飲食料品 (n=25)	36.9	33.7	3.2	31.6	38.1
生活・文化用品 (n=31)	46.4	-	-	40.5	39.1
自動車 (n=24)	28.0	-	-	28.1	28.4
燃料 (n=31)	30.6	-	-	32.7	34.6
機械器具 (n=21)	29.0	27.2	1.8	32.3	36.8
その他の (n=18)	19.4	40.2	▲ 20.7	26.2	27.8
不動産業 (n=24)	29.1	33.1	▲ 4.0	29.1	27.0
運輸業 (n=40)	20.9	26.8	▲ 5.9	28.5	20.4
旅館・ホテル業 (n=24)	34.2	29.2	4.9	27.1	29.2
飲食業 (n=17)	38.4	42.1	▲ 3.6	42.3	36.2
医療・福祉 (n=20)	44.7	-	-	40.1	48.4
生活関連 (n=12)	34.7	36.8	▲ 2.1	25.1	23.3
教養・娯楽 (n=18)	35.3	29.8	5.5	29.1	23.1
その他 (n=49)	18.8	-	-	21.2	18.7

(注) 全国値については、事業者平均値ではなく、各業種全体での平均値を算出しており、また令和元年度決算実績の値である。また、表中の n 値は令和 3 年度調査 (当調査) における有効回答数。

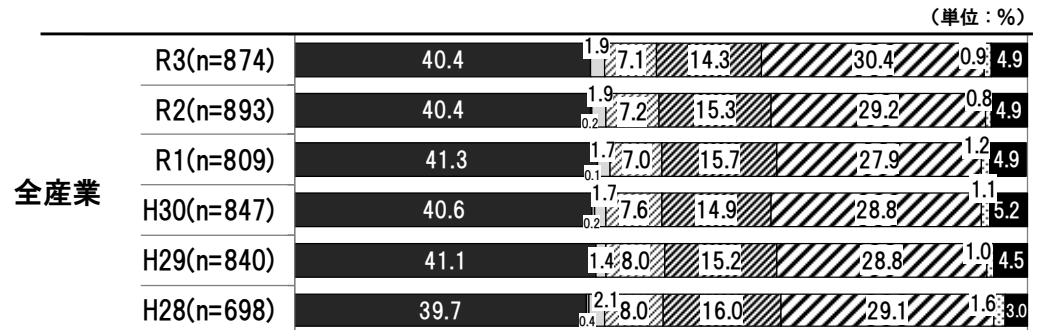
「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

(資料) 県の値は当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」(令和 2 年度確報、令和元年度決算実績)より算出。

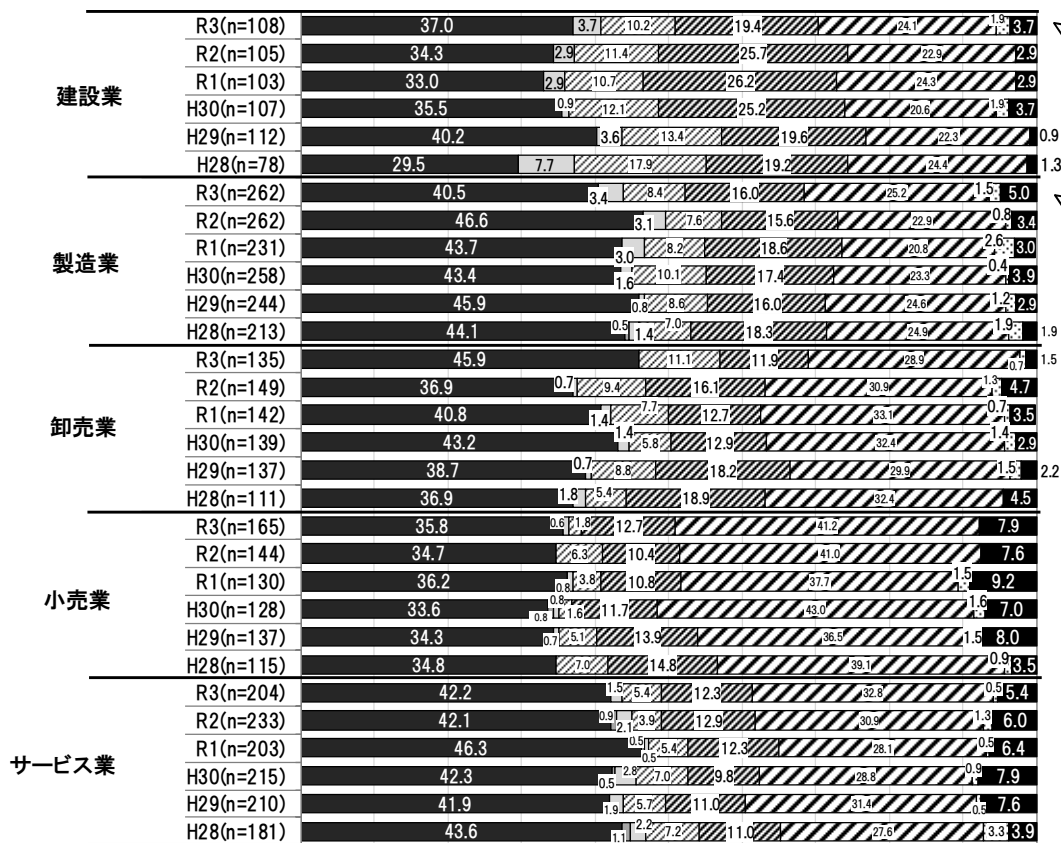
《単一回答》

図 15 有給役員女性比率（過去調査との比較）

前年から大きな変化はなし



..... 産業別集計



「50%」以上の回答
がやや増加

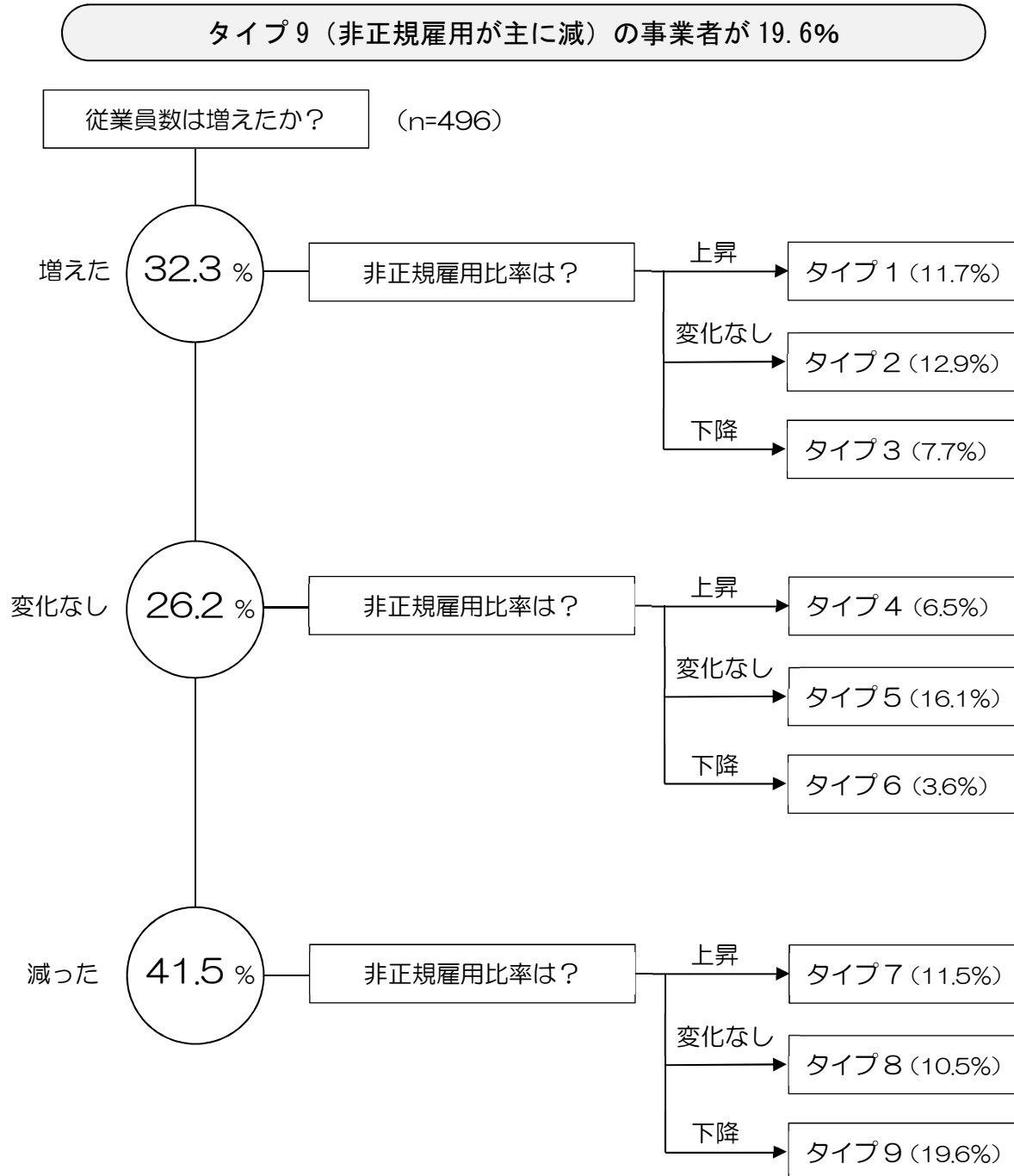
「50%」以上の回答
が増加

(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《参考》

図 16 コロナ禍における従業員の増減（連続回答企業のみ集計）

※ 令和3年度調査ならびに令和元年度調査での従業員数等を比較し、集計を行った。



「タイプ1」の事業者は、飲食業、飲食品卸売業、生活関連サービス業で多く見られた。また、「タイプ9」の事業者は、鉄鋼・金属製品製造業、旅館・ホテル業、飲食業、飲食品小売業、医療・福祉で多く見られた。

《参考》

表 8 コロナ禍における従業員の増減（連続回答企業のみ集計、産業別）

※ 令和 3 年度調査ならびに令和元年度調査での従業員数等を比較し、集計を行った。

製造業、サービス業でタイプ 9（非正規雇用が主に減）が多い

（単位：％）	建設業 (n=63)	製造業 (n=137)	卸売業 (n=75)	小売業 (n=82)	サービス業 (n=139)
タイプ1	6.3	11.7	10.7	11.0	15.1
タイプ2	30.2	8.0	14.7	11.0	10.1
タイプ3	3.2	10.9	5.3	1.2	11.5
タイプ4	4.8	5.8	4.0	11.0	6.5
タイプ5	14.3	10.9	21.3	24.4	14.4
タイプ6	0.0	7.3	4.0	2.4	2.2
タイプ7	9.5	11.7	12.0	11.0	12.2
タイプ8	23.8	5.1	16.0	11.0	6.5
タイプ9	7.9	28.5	12.0	17.1	21.6

「タイプ 9」の事業者は、鉄鋼・金属製品製造業、旅館・ホテル業、飲食業、医療・福祉で多く見られた。

《参考》

表 9 コロナ禍における従業員の増減（連続回答企業のみ集計、従業員規模別）

※ 令和 3 年度調査ならびに令和元年度調査での従業員数等を比較し、集計を行った。

30 人以上の規模でタイプ 9（非正規雇用が主に減）が比較的多い

（単位：％）	4人以下 (n=86)	5～9人 (n=122)	10～19人 (n=114)	20～29人 (n=48)	30～49人 (n=44)	50～99人 (n=37)	100人以上 (n=45)
タイプ1	4.7	8.2	14.0	12.5	13.6	18.9	20.0
タイプ2	7.0	13.9	20.2	20.8	13.6	0.0	4.4
タイプ3	0.0	3.3	5.3	8.3	13.6	21.6	22.2
タイプ4	5.8	10.7	7.9	6.3	0.0	2.7	2.2
タイプ5	44.2	22.1	9.6	4.2	2.3	2.7	0.0
タイプ6	3.5	4.1	5.3	0.0	2.3	8.1	0.0
タイプ7	4.7	8.2	15.8	14.6	13.6	16.2	13.3
タイプ8	19.8	13.1	5.3	14.6	9.1	5.4	0.0
タイプ9	10.5	16.4	16.7	18.8	31.8	24.3	37.8

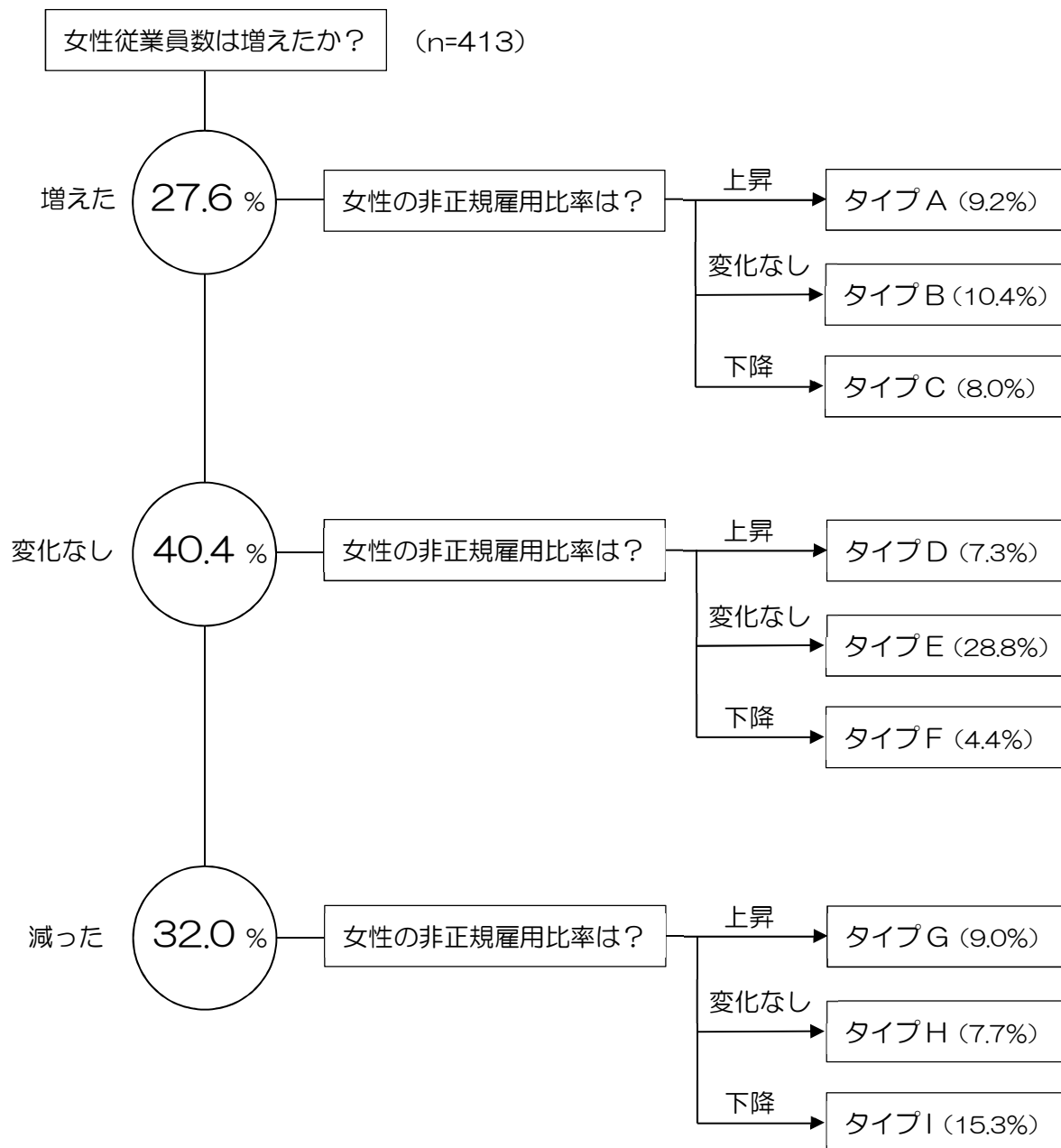
50～99 人、100 人以上では、「タイプ 9」に加えて、「タイプ 1」や「タイプ 3」も比較的多く見られる。

《参考》

図 17 コロナ禍における女性従業員の増減（連続回答企業のみ集計）

※ 令和3年度調査ならびに令和元年度調査での従業員数等を比較し、集計を行った。

タイプ I（女性の非正規雇用が主に減）の事業者が 15.3%



《参考》

表 10 コロナ禍における女性従業員の増減（連続回答企業のみ集計、産業別）

※ 令和 3 年度調査ならびに令和元年度調査での従業員数等を比較し、集計を行った。

製造業、サービス業でタイプ I（女性の非正規雇用が主に減）が多い

（単位：％）	建設業 (n=45)	製造業 (n=127)	卸売業 (n=65)	小売業 (n=59)	サービス業 (n=117)
タイプ A	6.7	10.2	12.3	8.5	7.7
タイプ B	24.4	8.7	7.7	5.1	11.1
タイプ C	0.0	11.8	4.6	0.0	12.8
タイプ D	6.7	5.5	6.2	15.3	6.0
タイプ E	35.6	23.6	38.5	40.7	20.5
タイプ F	2.2	7.1	1.5	1.7	5.1
タイプ G	4.4	7.9	6.2	11.9	12.0
タイプ H	17.8	5.5	15.4	3.4	4.3
タイプ I	2.2	19.7	7.7	13.6	20.5

「タイプ I」の事業者は、鉄鋼・金属製品製造業、食料品製造業、飲食業、医療・福祉、生活関連サービス業、旅館・ホテル業で多い。

《参考》

表 11 コロナ禍における女性従業員の増減（連続回答企業のみ集計、従業員規模別）

※ 令和 3 年度調査ならびに令和元年度調査での従業員数等を比較し、集計を行った。

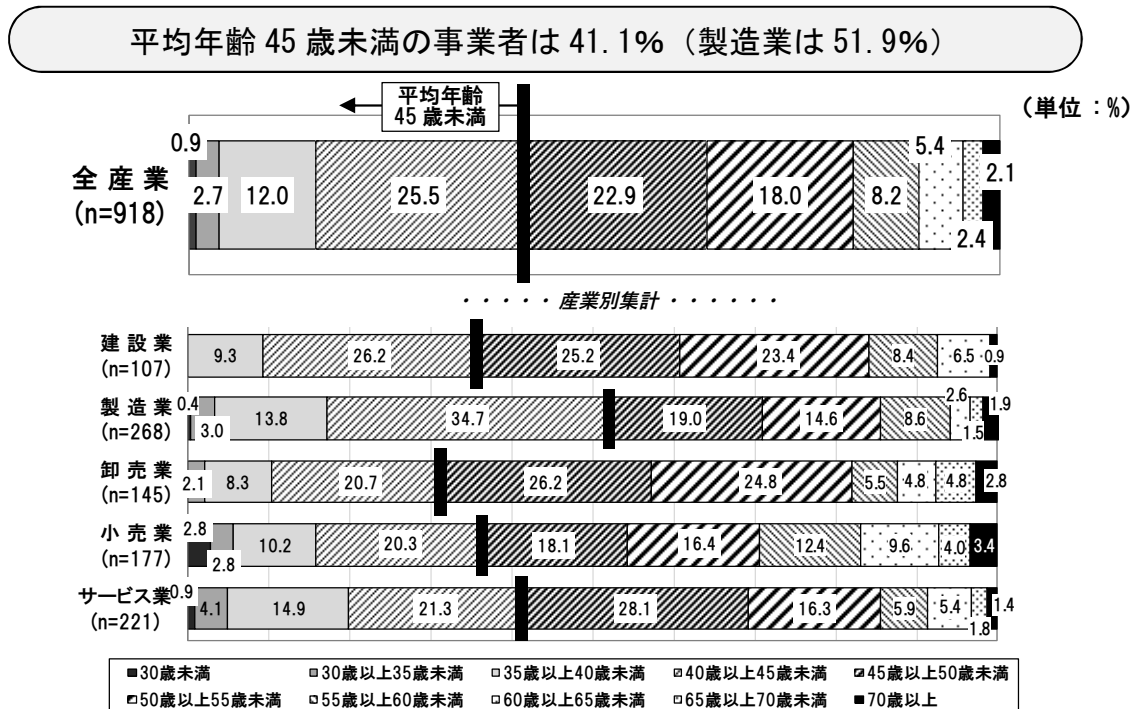
従業員規模の大きい階層でタイプ I（女性の非正規雇用が主に減）が多い

（単位：％）	4人以下 (n=40)	5～9人 (n=99)	10～19人 (n=101)	20～29人 (n=47)	30～49人 (n=44)	50～99人 (n=37)	100人以上 (n=45)
タイプ A	2.5	4.0	12.9	4.3	13.6	16.2	13.3
タイプ B	0.0	9.1	14.9	14.9	13.6	5.4	8.9
タイプ C	2.5	3.0	4.0	6.4	9.1	21.6	22.2
タイプ D	17.5	10.1	7.9	4.3	0.0	5.4	2.2
タイプ E	52.5	42.4	28.7	23.4	15.9	21.6	2.2
タイプ F	5.0	6.1	3.0	6.4	4.5	5.4	0.0
タイプ G	5.0	6.1	8.9	12.8	9.1	5.4	17.8
タイプ H	15.0	10.1	5.0	6.4	13.6	5.4	0.0
タイプ I	0.0	9.1	14.9	21.3	20.5	13.5	33.3

50～99 人、100 人以上では、「タイプ I」に加えて、「タイプ A」や「タイプ C」も比較的多く見られる。

《単一回答》

図 18 正社員・正職員の平均年齢



《数値回答》

表 12 正社員・正職員の平均年齢の平均値（全国調査、過去調査との比較）

県の平均値は全国を 5.0 歳上回り、前年から 0.8 歳上昇

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業(n=918)	47.2	42.2	5.0	46.4	46.3
建設業(n=107)	47.9	44.1	3.8	46.8	47.2
総合工事(n=39)	48.4	-	-	49.1	50.0
職別工事(n=34)	47.5	-	-	43.8	46.2
設備工事(n=34)	47.7	-	-	46.1	45.4
製造業(n=268)	46.0	42.0	4.0	45.4	44.6
食料品(n=43)	44.2	-	-	44.5	43.9
繊維製品(n=39)	48.3	-	-	47.7	45.1
木材・木工製品(n=27)	50.9	-	-	51.5	49.8
化学製品(n=29)	42.9	-	-	42.5	44.5
鉄鋼・金属製品(n=36)	43.7	-	-	42.8	41.3
機械・機械部品(n=47)	45.3	-	-	44.7	41.3
その他(n=47)	47.2	-	-	45.2	46.7
卸売業(n=145)	48.4	41.3	7.1	47.2	47.0
飲食料品(n=29)	49.8	-	-	45.7	46.9
建築材料(n=38)	48.0	-	-	48.5	47.1
機械器具(n=26)	49.5	-	-	46.5	46.4
化学製品(n=23)	48.9	-	-	48.2	48.0
その他(n=29)	46.2	-	-	47.1	47.0
小売業(n=177)	48.8	41.3	7.5	49.0	48.7
衣料品(n=12)	51.7	-	-	51.5	44.0
飲食料品(n=27)	48.0	-	-	49.5	48.3
生活・文化用品(n=31)	48.5	-	-	48.8	47.2
自動車(n=26)	44.9	-	-	46.8	48.4
燃料(n=36)	49.4	-	-	47.7	49.4
機械器具(n=26)	50.9	-	-	50.9	52.6
その他の(n=19)	49.4	-	-	50.5	49.2
サービス業(n=221)	46.5	-	-	45.3	45.6
不動産業(n=15)	46.1	41.0	5.1	46.1	50.1
運輸業(n=45)	47.1	45.5	1.6	48.3	47.6
旅館・ホテル業(n=30)	48.0	41.0	-	44.9	45.1
飲食業(n=24)	46.0	-	-	43.1	42.7
医療・福祉(n=26)	44.9	41.6	3.3	45.1	44.1
生活関連(n=14)	46.0	40.6	-	41.7	41.8
教養・娯楽(n=16)	48.2	-	-	43.8	46.2
その他(n=51)	45.7	-	-	45.6	44.7

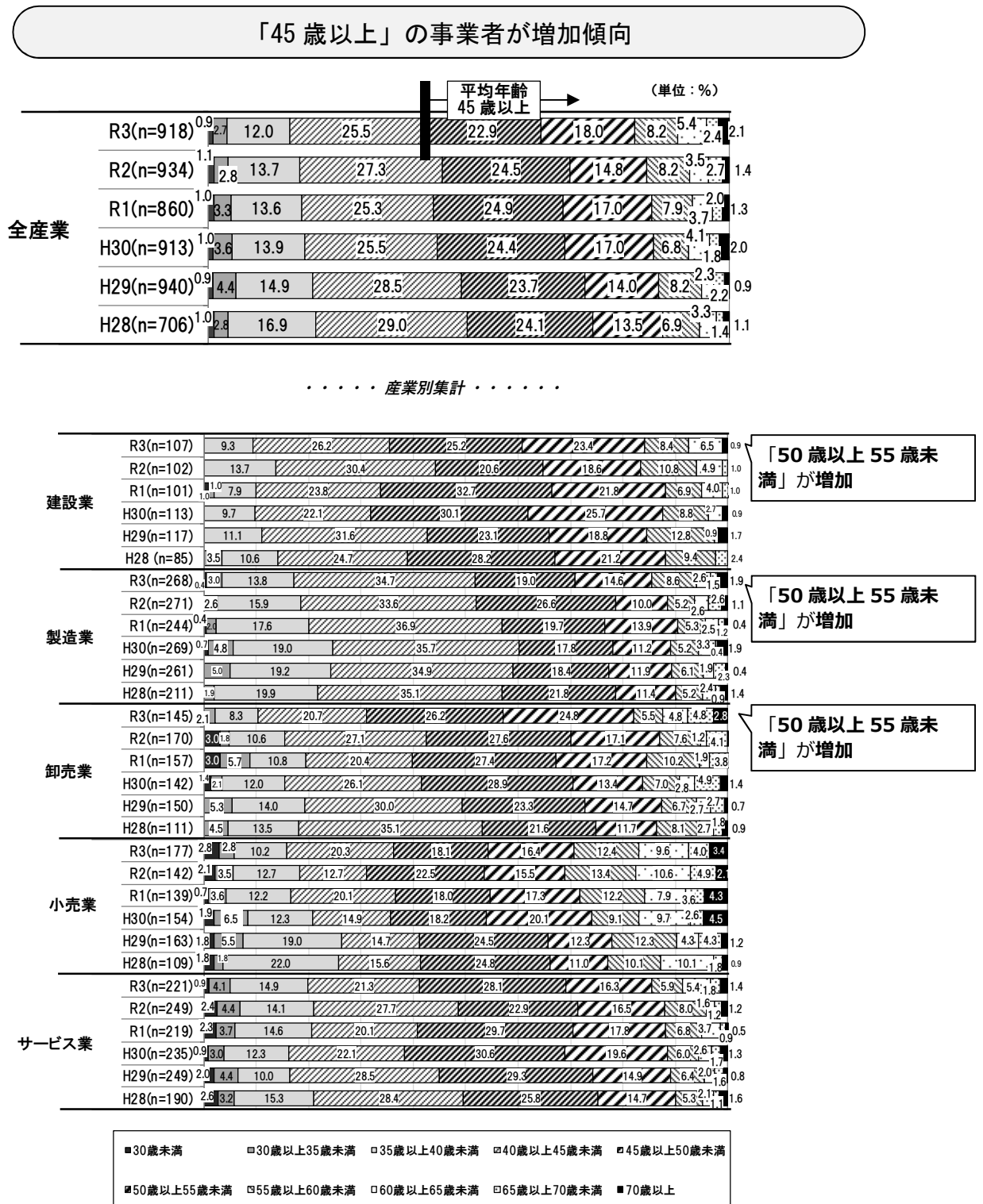
(注 1) 全国値については、正社員・正職員数に応じた加重平均値。和歌山県の値は事業者平均値を単純平均したもの。全国の卸売業と小売業の値については、ともに「卸売業、小売業」の値を記している。また、表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

(注 2) 表中の「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

(資料) 県の値は当調査。全国の値は、厚生労働省「令和 2 年賃金構造基本統計調査」より算出。

《単一回答》

図 19 正社員・正職員の平均年齢（過去調査との比較）



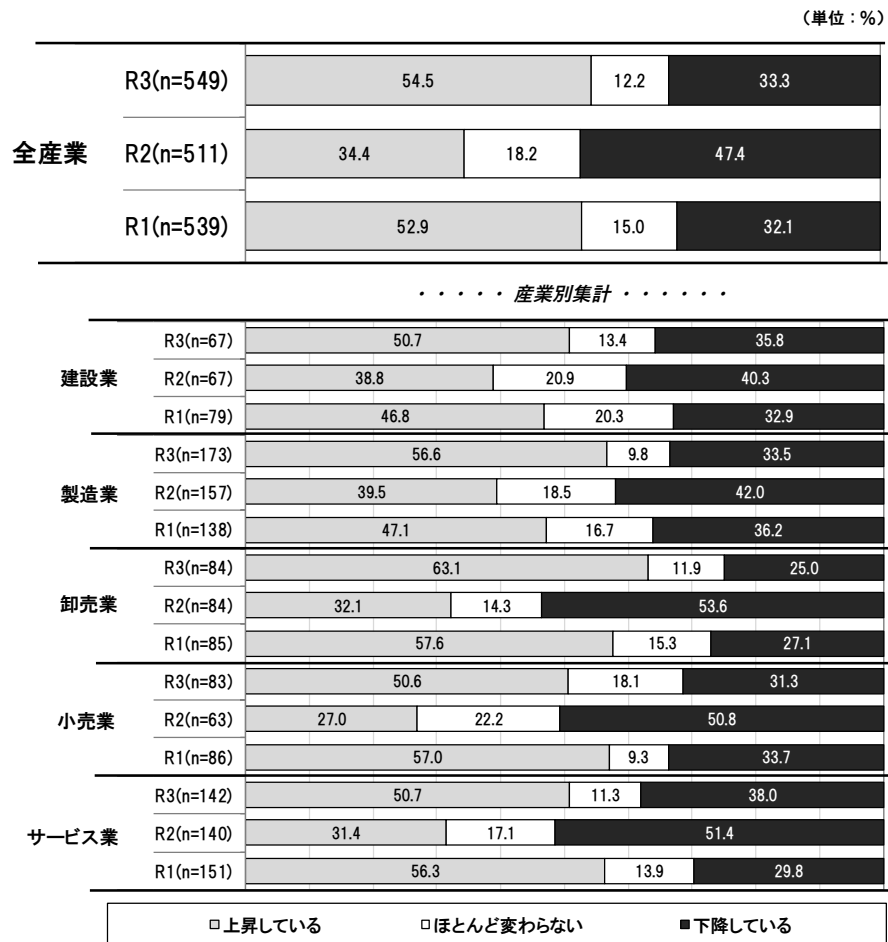
(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 20 正社員・正職員の平均年齢の変化（連続回答企業のみ集計）

※ 令和 3 年度調査（今回調査）及び令和 2 年度調査（前回調査）に連続して回答した企業のみ集計。

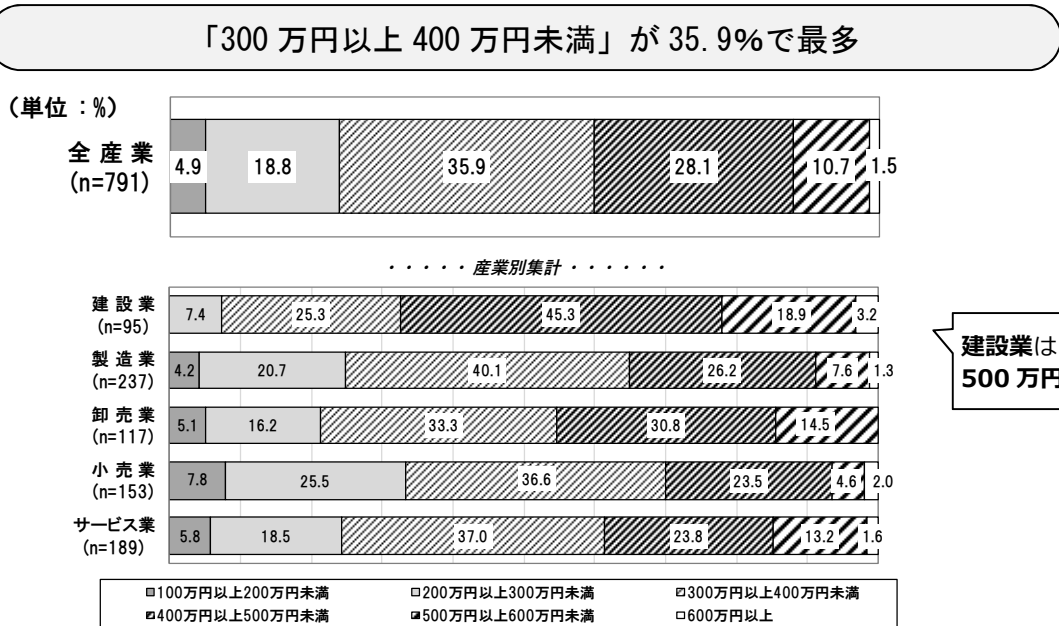
「上昇している」が再び増加し、54.5%と半数を占めた



（注）表中の「R3」は当調査の回答結果、「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 21 正社員・正職員の平均年収



《数値回答》

表 13 正社員・正職員の平均年収の平均値 (全国調査、過去調査との比較)

県の平均値は前年から約 50 万円増加。特にサービス業で増加

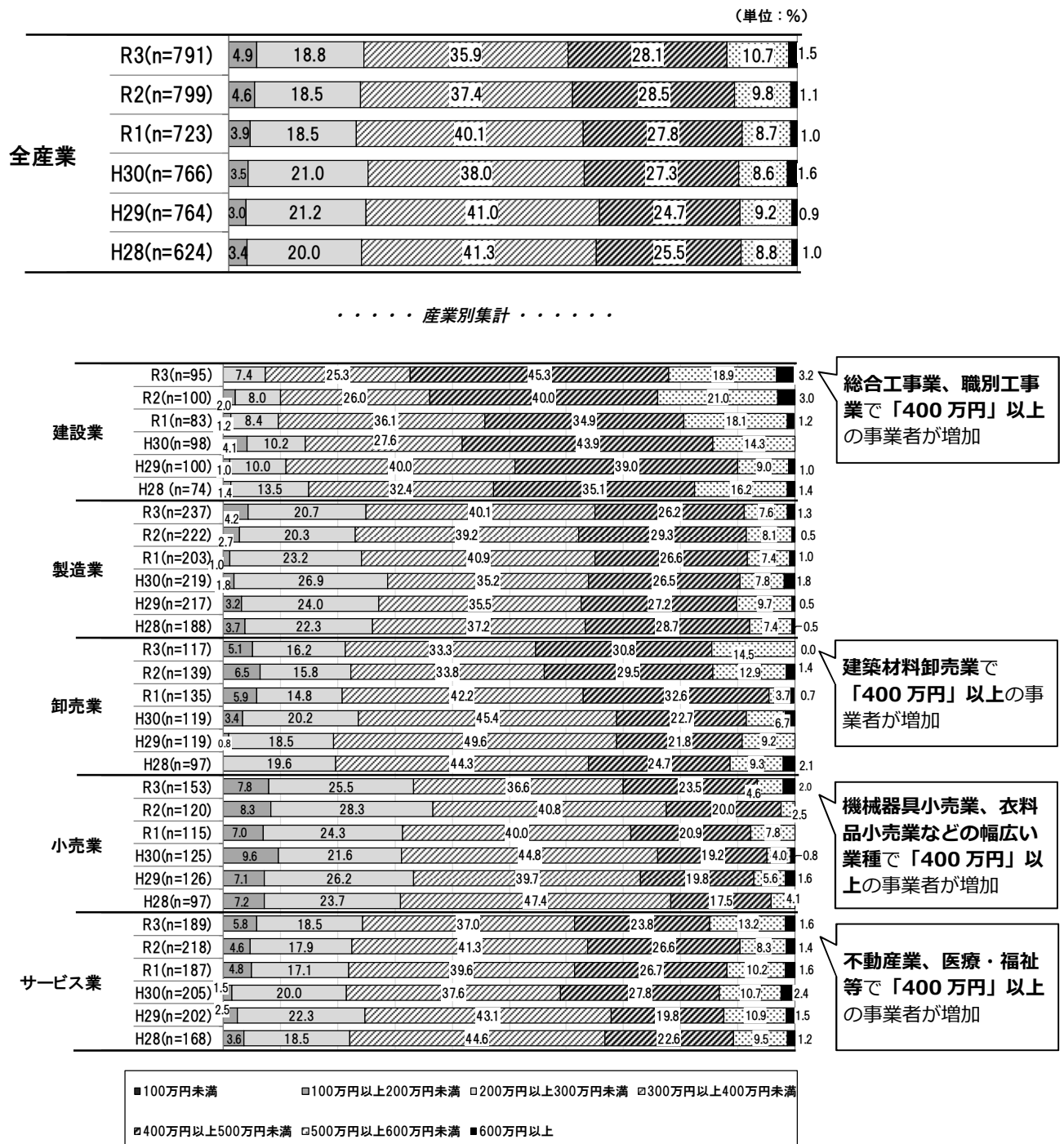
	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 の差 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)
全産業(n=776)	456.0	521.5	▲ 65.5	406.4	407.0
建設業(n=93)	447.6	550.8	▲ 103.2	455.8	443.8
総合工事(n=28)	440.6	-	-	450.4	461.6
職別工事(n=32)	469.5	-	-	461.0	416.2
設備工事(n=33)	436.1	-	-	459.9	444.1
製造業(n=235)	421.1	522.1	▲ 101.0	399.4	410.2
食料品(n=46)	343.9	-	-	349.2	358.4
繊維製品(n=24)	329.8	-	-	329.1	360.9
木材・木工製品(n=40)	314.0	-	-	332.7	375.8
化学製品(n=38)	377.9	-	-	414.6	425.6
鉄鋼・金属製品(n=35)	432.9	-	-	404.4	411.0
機械・機械部品(n=28)	436.5	-	-	429.3	455.5
その他(n=22)	431.8	-	-	422.9	398.7
卸売業(n=115)	417.5	527.0	▲ 109.5	412.4	391.1
飲食品(n=25)	360.6	-	-	312.8	353.5
建築材料(n=19)	441.2	-	-	438.2	438.9
機械器具(n=18)	427.5	-	-	415.3	366.0
化学製品(n=20)	458.2	-	-	499.6	462.2
その他(n=33)	405.5	-	-	377.2	351.6
小売業(n=148)	413.6	527.0	▲ 113.4	391.1	391.5
衣料品(n=16)	294.3	-	-	276.1	289.3
飲食品(n=8)	305.5	-	-	352.1	273.8
生活・文化用品(n=24)	397.1	-	-	363.9	417.9
自動車(n=21)	458.4	-	-	445.2	418.0
燃料(n=24)	372.3	-	-	378.0	369.7
機械器具(n=25)	408.4	-	-	332.2	375.0
その他の(n=30)	354.8	-	-	366.5	411.6
サービス業(n=188)	531.0	-	-	479.5	454.2
不動産業(n=46)	443.0	574.8	▲ 131.8	381.1	423.2
運輸業(n=21)	395.4	475.9	▲ 80.5	400.8	427.8
旅館・ホテル業(n=16)	289.4	387.7	-	305.8	331.8
飲食業(n=39)	357.4	-	-	298.9	355.1
医療・福祉(n=16)	435.1	462.3	▲ 27.2	394.2	410.0
生活関連(n=10)	376.8	412.3	-	287.8	306.4
教養・娯楽(n=13)	297.3	-	-	335.9	343.4
その他(n=23)	457.2	-	-	483.7	441.6

- (注 1) 全国値については、サービス業の一部を除いて業種別の平均年収は公表されていない。また、卸売業と小売業の値については、ともに「卸売業、小売業」の値を記している。
- (注 2) 全国、県ともに平均年収は給与所得者数に応じた加重平均値。
- (注 3) 表中の「R2」、「R1」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。表中の n 値は令和 3 年度調査(当調査)における有効回答数。
- (注 4) 今回の集計から正社員数 1,000 人以上の企業を集計から除外している。「R2」、「R1」についても、同様の処理を行い再集計を行った。
- (資料) 県の値は当調査。全国の値は厚生労働省「令和 2 年賃金構造基本統計調査」より算出。

《単一回答》

図 22 正社員・正職員の平均年収（過去調査との比較）

「400 万円」以上の事業者割合が上昇傾向



(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》※前年結果は前年報告書 31 ページ参照

表 14 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、産業別）

連続回答企業については「増加」、「減少」が拮抗

	有効 回答数	（平均年収の増減(前年比)）		
		増加	横ばい	減少
全産業	428	44.2	11.9	43.9
建設業	58	39.7	13.8	46.6
製造業	134	41.0	9.7	49.3
卸売業	61	47.5	13.1	39.3
小売業	65	50.8	16.9	32.3
サービス業	110	44.5	10.0	45.5

「増加」との回答は衣料
品小売業、飲食業等で多
い
「減少」との回答は
旅館・ホテル業、化学製
品製造業等で多い

（注）令和 3 年度調査（当調査）ならびに令和 2 年度調査に連続して回答した事業者のみ集計。

《単一回答》※前年結果は前年報告書 31 ページ参照

表 15 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、従業員規模別）

「50～99 人」、「100 人以上」で「減少」が過半数を占める

	有効 回答数	（平均年収の増減(前年比)）		
		増加	横ばい	減少
全体	428	44.2	11.9	43.9
4人以下	46	32.6	26.1	41.3
5～9人	75	48.0	13.3	38.7
10～19人	99	46.5	13.1	40.4
20～29人	44	38.6	9.1	52.3
30～49人	44	45.5	15.9	38.6
50～99人	34	38.2	8.8	52.9
100人以上	41	43.9	4.9	51.2

（注）令和 3 年度調査（当調査）ならびに令和 2 年度調査に連続して回答した事業者のみ集計。

《単一回答》 ※前年結果は前年報告書 32 ページ参照

表 16 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、地域別）

地域で大きな差は見られないが、紀南地域では「減少」が少ない

	有効 回答数	（平均年収の増減(前年比)）		
		増加	横ばい	減少
全体	428	44.2	11.9	43.9
和歌山市	176	44.3	9.7	46.0
紀北地域	96	43.8	11.5	44.8
紀中地域	70	41.4	12.9	45.7
紀南地域	86	46.5	16.3	37.2

（注）令和 3 年度調査（当調査）ならびに令和 2 年度調査に連続して回答した事業者のみ集計。

《単一回答》 ※前年結果は前年報告書 28 ページ参照

表 17 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、正社員・正職員の平均年収階層別）

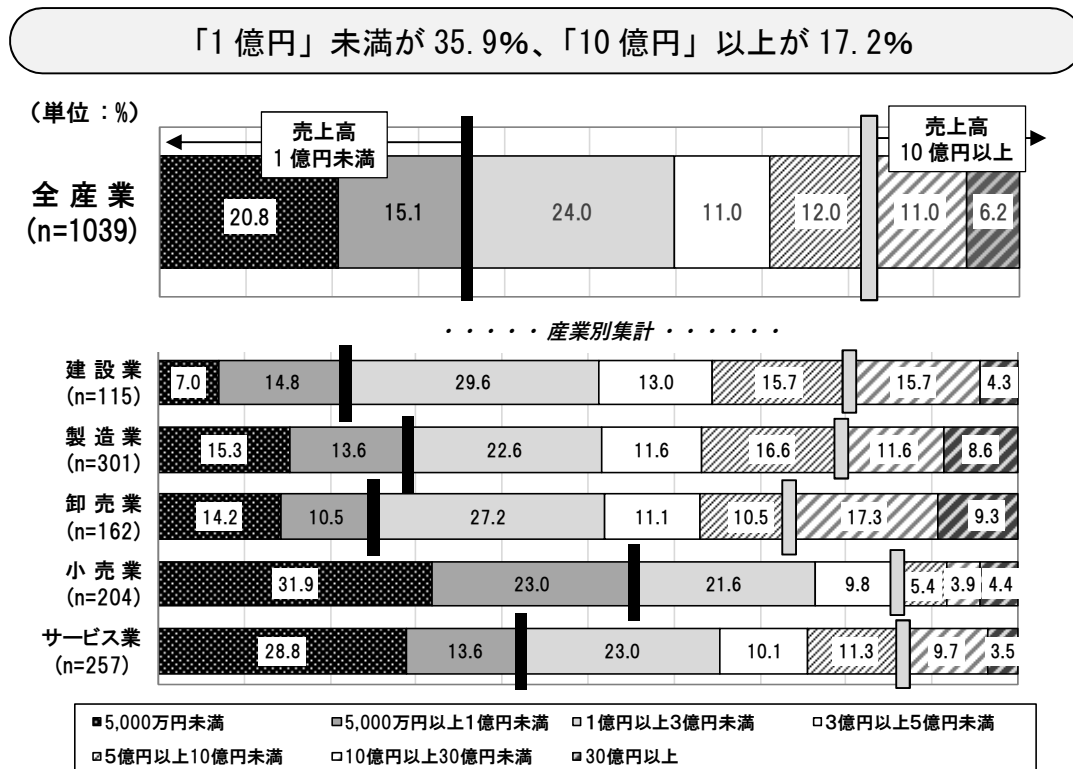
平均年収の高い事業者ほど「増加」が多い

	有効 回答数	（平均年収の増減(前年比)）		
		増加	横ばい	減少
全体	428	44.2	11.9	43.9
300万円未満	99	30.3	14.1	55.6
300万円以上 500万円未満	271	45.0	11.8	43.2
500万円以上	58	63.8	8.6	27.6

（注）令和 3 年度調査（当調査）ならびに令和 2 年度調査に連続して回答した事業者のみ集計。

《単一回答》

図 23 直近決算期の売上高 ※前年結果は前年報告書 33 ページ参照



《数値回答》 ※前年結果は前年報告書 34 ページ参照

表 18 直近決算期の売上高 (連続回答企業のみ集計)

売上高総計				
	有効 回答数	① R3 (百万円)	② R2 (百万円)	増減率 (①-②)/②
全産業	631	825,601	952,651	▲ 13.3
建設業	80	53,002	58,999	▲ 10.2
製造業	192	224,064	231,390	▲ 3.2
卸売業	97	138,176	139,935	▲ 1.3
小売業	101	59,983	79,829	▲ 24.9
サービス業	161	350,377	442,498	▲ 20.8

コロナ禍以降の決算期となり、売上高減少が目立つ。

大手企業 2 社の売上高減少が響く。

(注 1) 売上高総計は、該当事業者の売上高を総計したもの。

(注 2) 令和 3 年度調査 (当調査) ならびに令和 2 年度調査に連続して回答した事業者のみ集計。

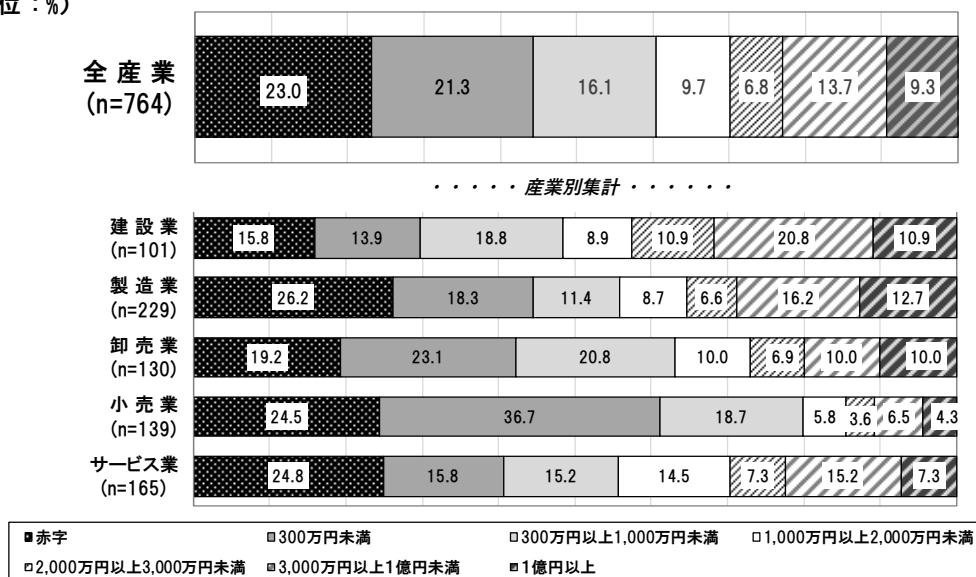
《単一回答》

図 24 直近決算期の営業利益

※前年結果は前年報告書 34 ページ参照

赤字事業者は 23.0%（コロナ禍の 2 年間で 8.7 ポイント上昇）

（単位：％）



《数値回答》 ※前年結果は前年報告書 35 ページ参照

表 19 直近決算期の営業利益（連続回答企業のみ集計）

売上高総計は減少するも、営業利益総計は増加

	有効 回答数	営業利益総計		
		① R3 (百万円)	② R2 (百万円)	増減率 (①-②)/②
全産業	385	18,478	16,146	14.4
建設業	54	2,260	2,178	3.7
製造業	122	7,839	7,137	9.8
卸売業	70	3,683	2,460	49.7
小売業	58	1,300	1,190	9.2
サービス業	81	3,396	3,181	6.8

「増収増益」、「減収増益」の事業者が寄与し、営業利益総計は前年を上回った

（注 1） 営業利益総計は該当事業者の売上高を総計したもの。ただし、大幅な減益となった大手企業 1 社を集計対象から除外している。

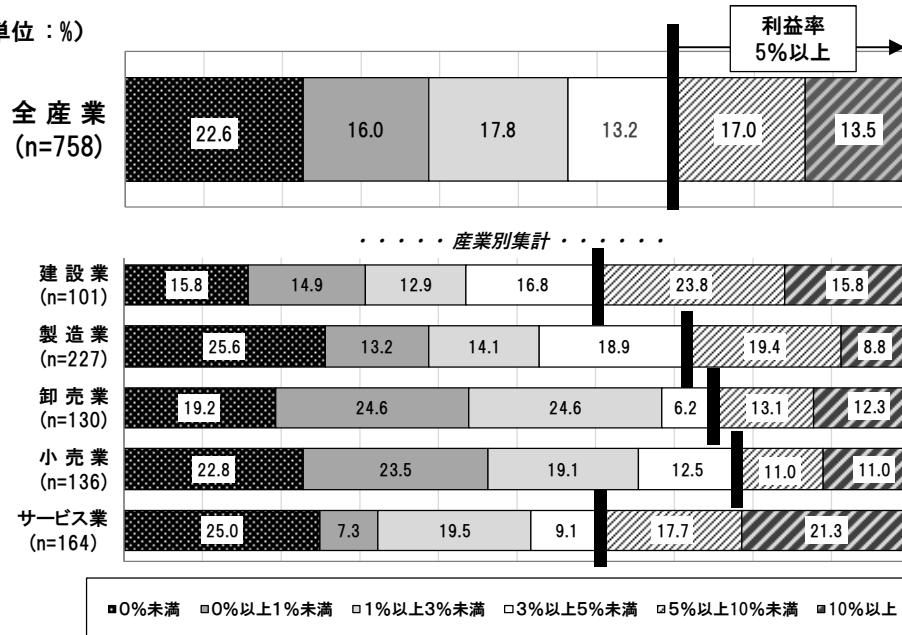
（注 2） 令和 3 年度調査（当調査）ならびに令和 2 年度調査に連続して回答した事業者のみ集計。

《単一回答》

図 25 直近決算期の売上高営業利益率

利益率 5%以上の事業者は 30.5%（建設業、サービス業で多い）

（単位：％）



《数値回答》

表 20 売上高営業利益率の平均値（全国調査、過去調査との比較）

県の平均値は 3.0%で、前年比 0.5 ポイント上昇（2 年前に比べると低い）

	和歌山県 (①)	全国 (②)	県と全国 との比較 (①-②)	※和歌山県 (R2)	※和歌山県 (R1)	※和歌山県 (H30)
全産業 (n=758)	3.0	3.5	▲ 0.5	2.5	3.4	2.9
建設業 (n=101)	4.3	5.0	▲ 0.7	3.9	5.4	3.6
総合工事 (n=40)	3.6	-	-	3.6	6.2	2.3
職別工事 (n=26)	4.3	-	-	3.6	5.0	5.4
設備工事 (n=35)	5.0	-	-	4.5	4.6	3.9
製造業 (n=227)	2.3	3.6	▲ 1.3	2.7	3.3	3.5
食料品 (n=41)	0.3	-	-	1.0	1.5	2.6
繊維製品 (n=28)	1.0	-	-	2.4	1.7	1.7
木材・木工製品 (n=21)	0.2	-	-	0.9	0.5	2.0
化学製品 (n=21)	4.4	-	-	4.1	6.0	4.4
鉄鋼・金属製品 (n=42)	2.2	-	-	2.8	3.6	4.4
機械・機械部品 (n=47)	4.1	-	-	3.3	4.7	4.8
その他 (n=47)	3.1	-	-	3.7	4.4	3.8
卸売業 (n=130)	2.8	1.6	1.2	2.2	2.6	2.2
飲食料品 (n=24)	1.6	-	-	1.4	1.5	1.1
建築材料 (n=32)	3.3	-	-	2.1	1.4	1.8
機械器具 (n=23)	4.2	-	-	2.8	3.6	4.1
化学製品 (n=25)	3.4	-	-	2.0	4.3	2.5
その他 (n=26)	1.5	-	-	2.5	3.5	2.1
小売業 (n=136)	2.3	1.8	0.5	1.4	2.4	1.5
衣料品 (n=13)	1.8	-	-	▲ 1.4	2.1	1.1
飲食料品 (n=18)	6.5	-	-	2.7	3.8	2.0
生活・文化用品 (n=25)	3.4	-	-	0.3	1.3	0.6
自動車 (n=21)	1.3	-	-	1.6	2.6	2.1
燃料 (n=26)	1.4	-	-	2.1	2.5	1.7
機械器具 (n=16)	1.6	-	-	1.5	1.7	1.7
その他の (n=17)	0.0	-	-	1.0	2.5	1.2
サービス業 (n=164)	3.7	5.7	▲ 2.0	2.7	3.9	3.2
不動産業 (n=20)	6.9	8.0	▲ 1.1	4.6	6.2	5.8
運輸業 (n=39)	3.5	2.3	1.2	2.7	3.5	2.0
旅館・ホテル業 (n=12)	0.2	4.0	-	2.2	3.1	2.8
飲食業 (n=10)	▲ 3.2	-	-	▲ 2.4	2.1	3.1
医療・福祉 (n=22)	3.1	-	-	2.0	2.5	1.6
生活関連 (n=6)	2.3	4.2	-	▲ 0.2	4.0	3.3
教養・娯楽 (n=12)	5.2	-	-	2.6	0.9	5.4
その他 (n=43)	5.2	-	-	5.0	5.3	3.8

（注 1）図中の「R2」、「R1」、「H30」は過去の「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

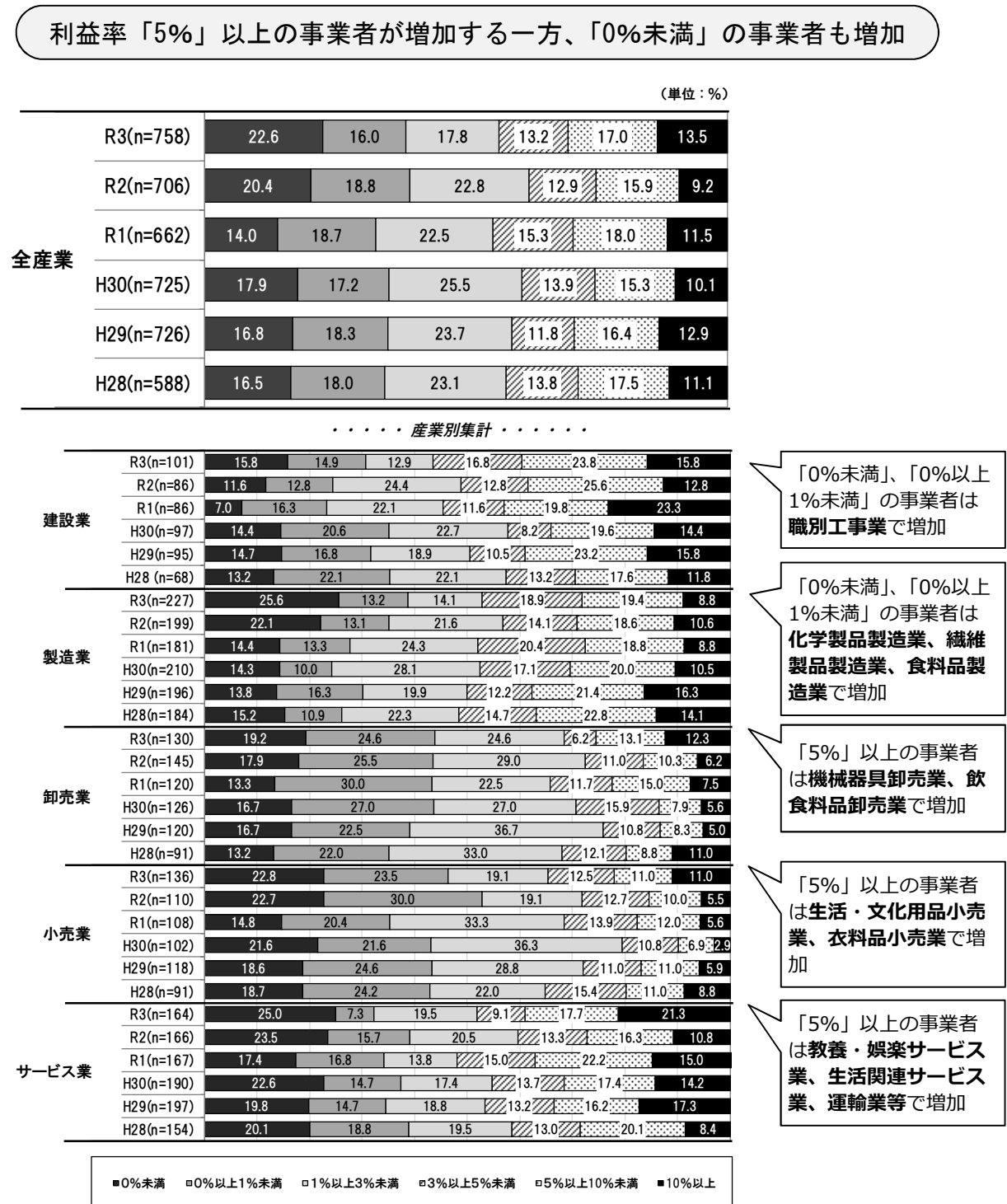
（注 2）全国値に関しては、全ての回答事業者の総営業利益を総売上高で除したものである一方、県の値に関しては、事業者平均値。また、全国値は令和元年度の実績値。

（注 3）表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

（資料）県の値は、当調査。全国値は中小企業庁「中小企業実態基本調査」（令和 2 年度確報、令和元年度決算実績）より

《単一回答》

図 26 売上高営業利益率（過去調査との比較）



(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

表 21 売上高営業利益率（令和 3 年度、業種別）

(単位：%)	有効 回答数	0 %未満	0 %以上 1 %未満	1 %以上 3 %未満	3 %以上 5 %未満	5 %以上 10 %未満	10 %以上
全産業	758	22.6	16.0	17.8	13.2	17.0	13.5
建設業	101	15.8	14.9	12.9	16.8	23.8	15.8
総合工事業	40	7.5	15.0	17.5	30.0	25.0	5.0
職別工事業	26	26.9	30.8	7.7	0.0	3.8	30.8
設備工事業	35	17.1	2.9	11.4	14.3	37.1	17.1
製造業	227	25.6	13.2	14.1	18.9	19.4	8.8
食料品製造業	41	39.0	12.2	24.4	9.8	12.2	2.4
繊維製品製造業	28	25.0	21.4	17.9	17.9	14.3	3.6
木材・木工製品製造業	21	28.6	14.3	14.3	33.3	9.5	0.0
化学製品製造業	21	14.3	23.8	9.5	4.8	33.3	14.3
鉄鋼・金属製品製造業	27	33.3	7.4	7.4	22.2	25.9	3.7
機械・機械部品製造業	42	9.5	11.9	14.3	28.6	19.0	16.7
その他の製造業	47	27.7	8.5	8.5	17.0	23.4	14.9
商業（卸売）	130	19.2	24.6	24.6	6.2	13.1	12.3
飲食料品卸売業	24	37.5	20.8	20.8	0.0	4.2	16.7
建築材料卸売業	32	9.4	25.0	31.3	6.3	21.9	6.3
機械器具卸売業	23	21.7	17.4	8.7	4.3	26.1	21.7
化学製品卸売業	25	16.0	16.0	36.0	12.0	4.0	16.0
その他の卸売業	26	15.4	42.3	23.1	7.7	7.7	3.8
商業（小売）	136	22.8	23.5	19.1	12.5	11.0	11.0
衣料品小売業	13	15.4	23.1	30.8	7.7	15.4	7.7
飲食料品小売業	18	22.2	11.1	11.1	5.6	11.1	38.9
生活・文化用品小売業	25	12.0	28.0	16.0	12.0	24.0	8.0
自動車小売業	21	19.0	23.8	33.3	23.8	0.0	0.0
燃料小売業	26	34.6	19.2	19.2	7.7	11.5	7.7
機械器具小売業	16	12.5	50.0	12.5	18.8	0.0	6.3
その他の小売業	17	41.2	11.8	11.8	11.8	11.8	11.8
サービス業	164	25.0	7.3	19.5	9.1	17.7	21.3
不動産業	20	10.0	5.0	20.0	10.0	15.0	40.0
運輸業	39	17.9	12.8	23.1	7.7	23.1	15.4
旅館・ホテル業	12	50.0	0.0	8.3	16.7	0.0	25.0
飲食業	10	60.0	0.0	20.0	10.0	10.0	0.0
医療・福祉	22	27.3	4.5	31.8	13.6	9.1	13.6
生活関連サービス業	6	33.3	33.3	16.7	0.0	0.0	16.7
教養・娯楽サービス業	12	25.0	8.3	16.7	8.3	8.3	33.3
その他のサービス業	43	20.9	4.7	14.0	7.0	30.2	23.3

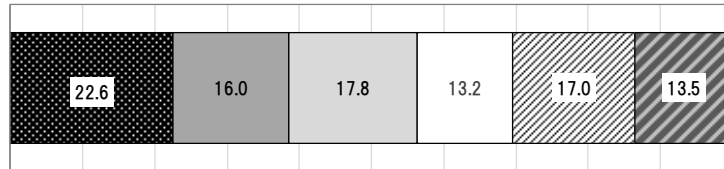
《単一回答》

図 27 売上高営業利益率（令和 3 年度、従業員規模別）

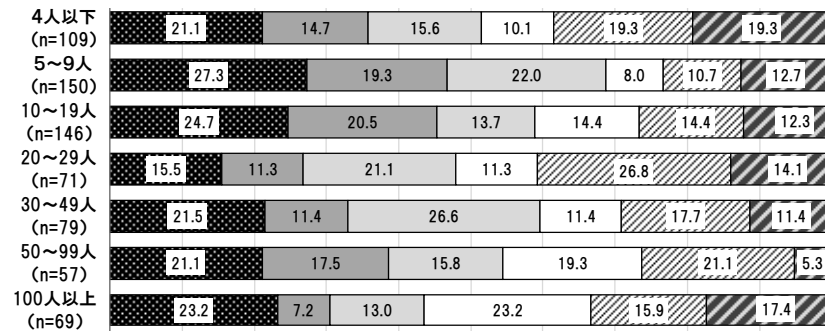
いずれの規模においても「0%未満」との回答が 2 割前後を占める

（単位：％）

全 体
(n=758)



・・・・・・従業員規模別集計・・・・・・



■0%未満 □0%以上1%未満 □1%以上3%未満 □3%以上5%未満 □5%以上10%未満 ■10%以上

表 22 売上高営業利益率の平均値（過去調査との比較、従業員規模別）

利益率は「4 人以下」、「100 人以上」で上昇も、「30～49 人」、「50～99 人」で下降

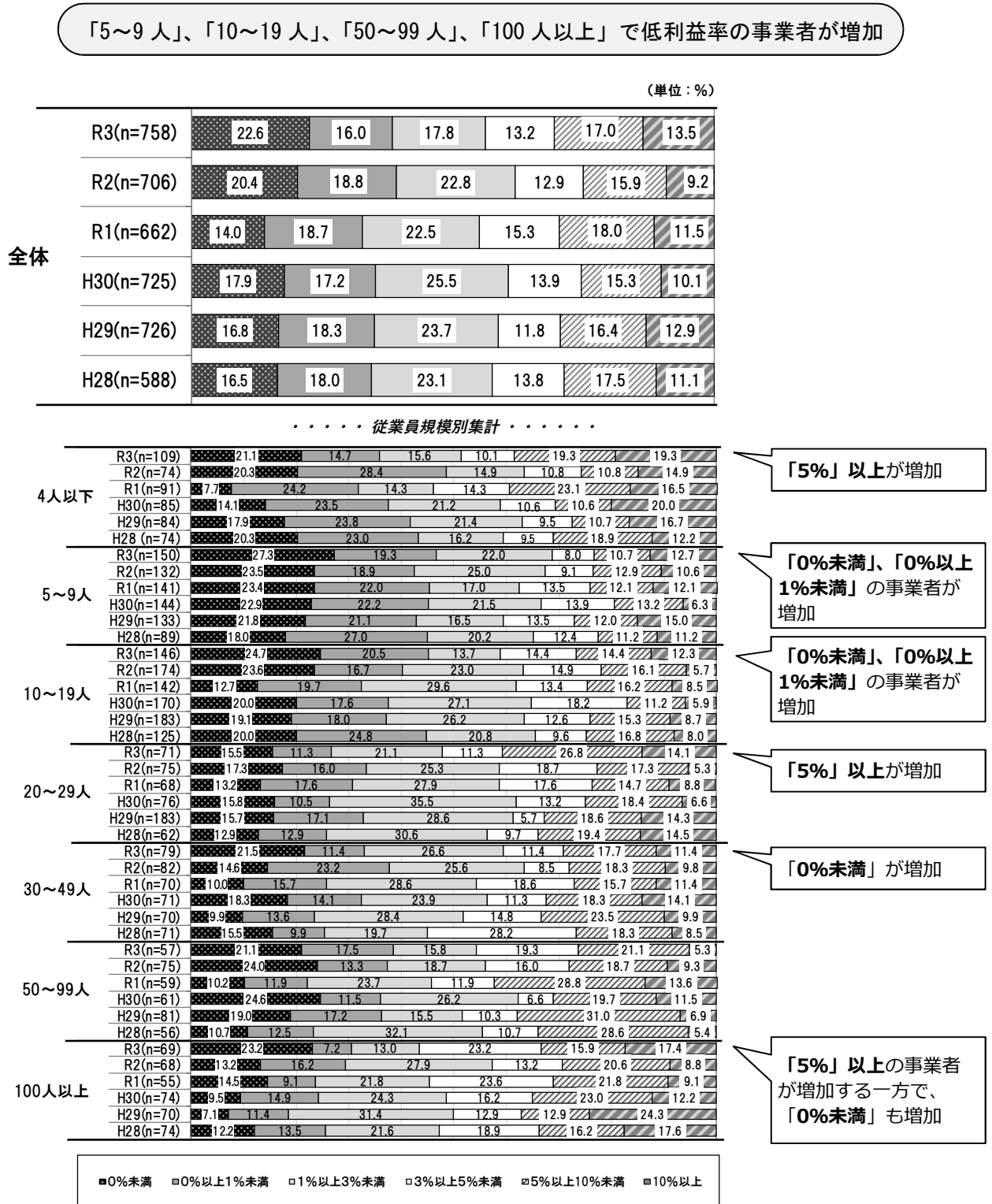
	R3 (①)	R2	R1	H30	H29	H28 (②)	①-②
全体 (n=758)	3.0	2.5	3.4	2.9	3.2	3.2	▲ 0.2
4 人以下 (n=109)	3.4	2.6	4.5	3.8	3.0	2.6	0.8
5～9 人 (n=150)	2.1	2.1	2.5	2.0	2.8	2.9	▲ 0.8
10～19 人 (n=146)	2.7	2.2	3.0	2.2	2.6	2.6	0.1
20～29 人 (n=71)	4.2	2.4	3.1	2.7	3.5	3.8	0.4
30～49 人 (n=79)	2.7	3.0	3.3	3.8	3.8	3.4	▲ 0.7
50～99 人 (n=57)	2.4	3.1	4.5	3.2	2.9	3.6	▲ 1.2
100人以上 (n=69)	3.7	3.3	4.2	4.1	5.3	4.4	▲ 0.7

（注 1）図中の「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去の「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

（注 2）表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

《単一回答》

図 28 売上高営業利益率（過去調査との比較、従業員規模別）



(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 29 売上高営業利益率（地域別）

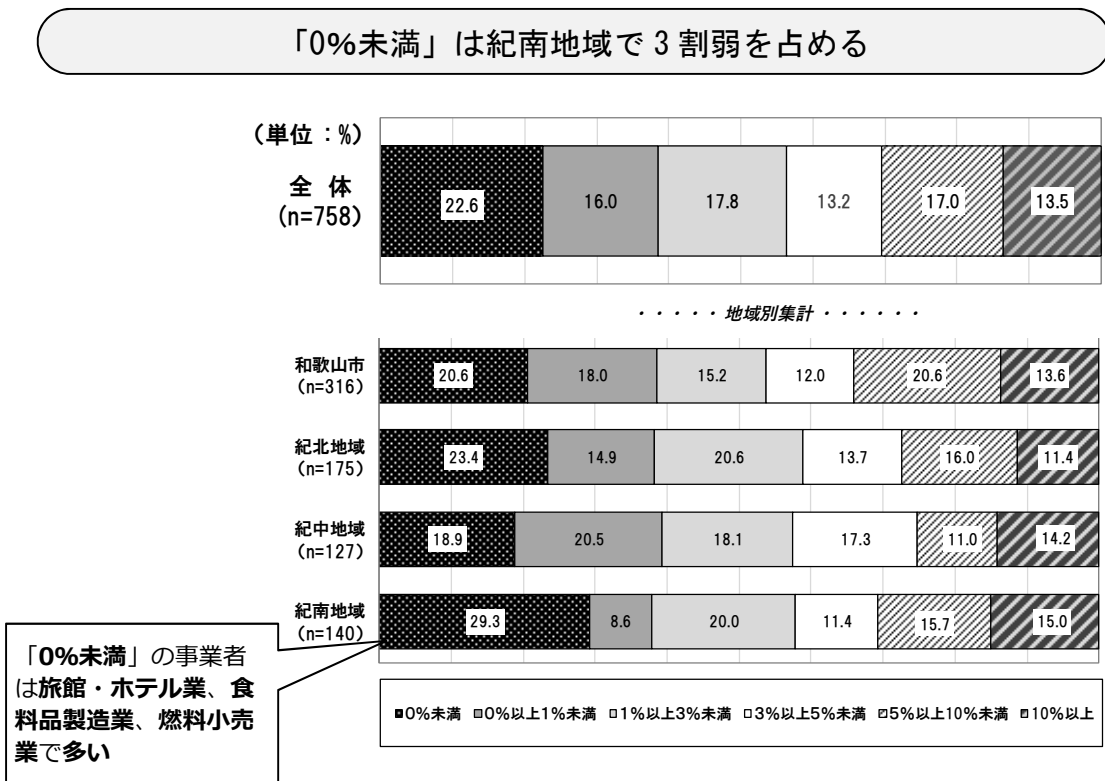


表 23 売上高営業利益率の平均値（過去調査との比較、地域別）

全ての地域で利益率が上昇

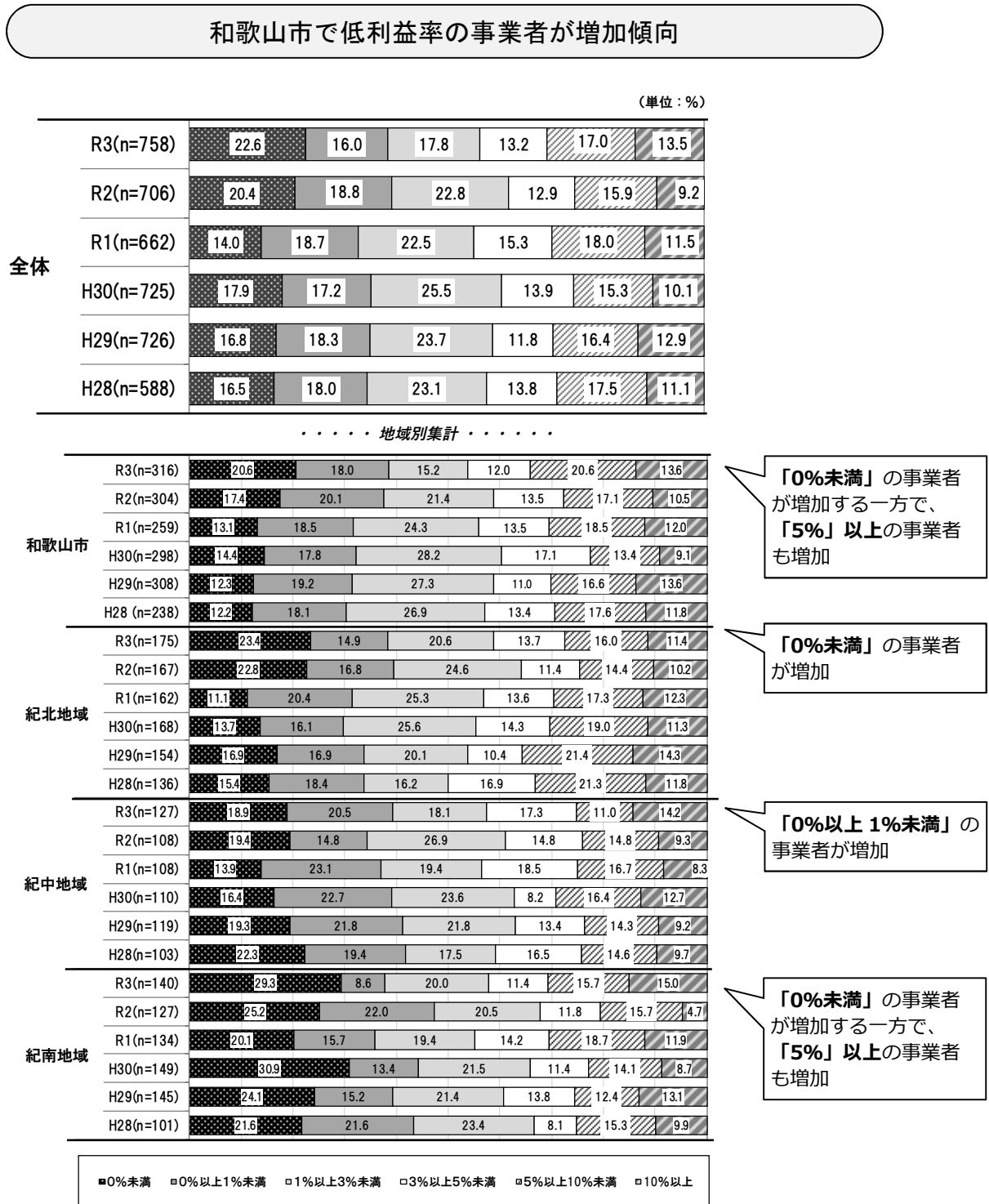
	R3 (①)	R2	R1	H30	H29	H28 (②)	①-②
全体 (n=758)	3.0	2.5	3.4	2.9	3.2	3.2	▲ 0.2
和歌山市 (n=316)	3.2	2.9	3.6	2.9	3.6	3.5	▲ 0.3
紀北地域 (n=175)	2.7	2.4	3.6	3.5	3.6	3.7	▲ 1.0
紀中地域 (n=127)	3.1	2.4	3.1	3.2	2.5	2.6	0.5
紀南地域 (n=140)	2.6	1.8	3.0	2.1	2.6	2.6	0.0

（注 1）図中の「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去の「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

（注 2）表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

《単一回答》

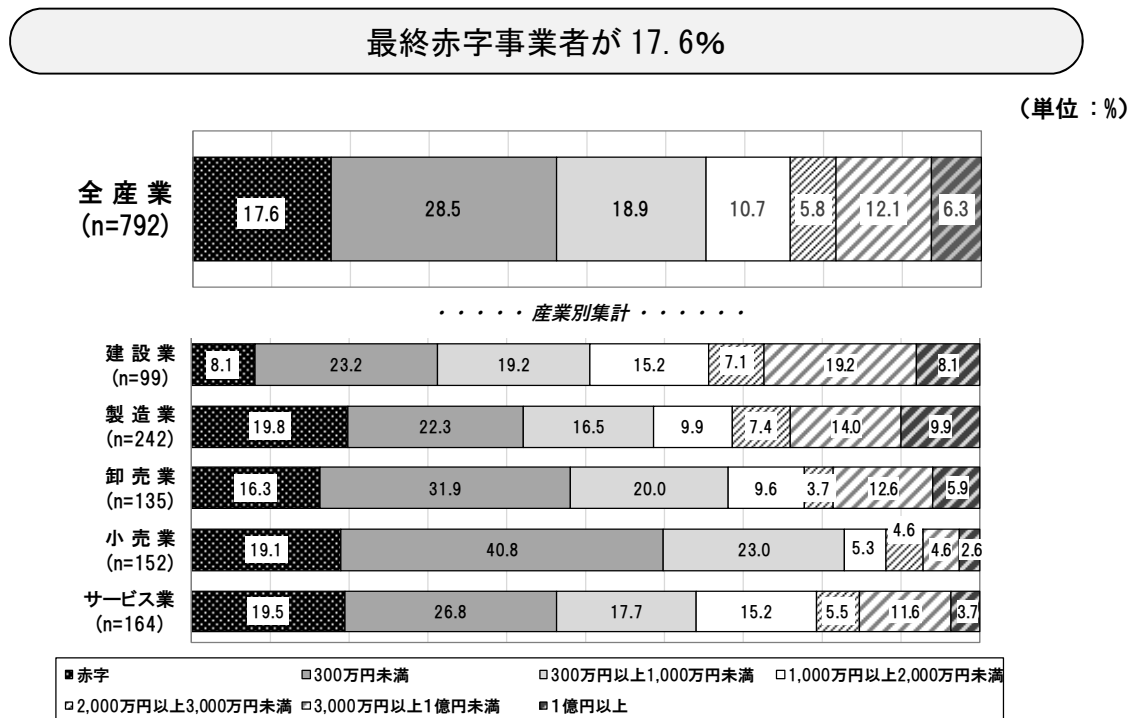
図 30 売上高営業利益率（過去調査との比較、地域別）



（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

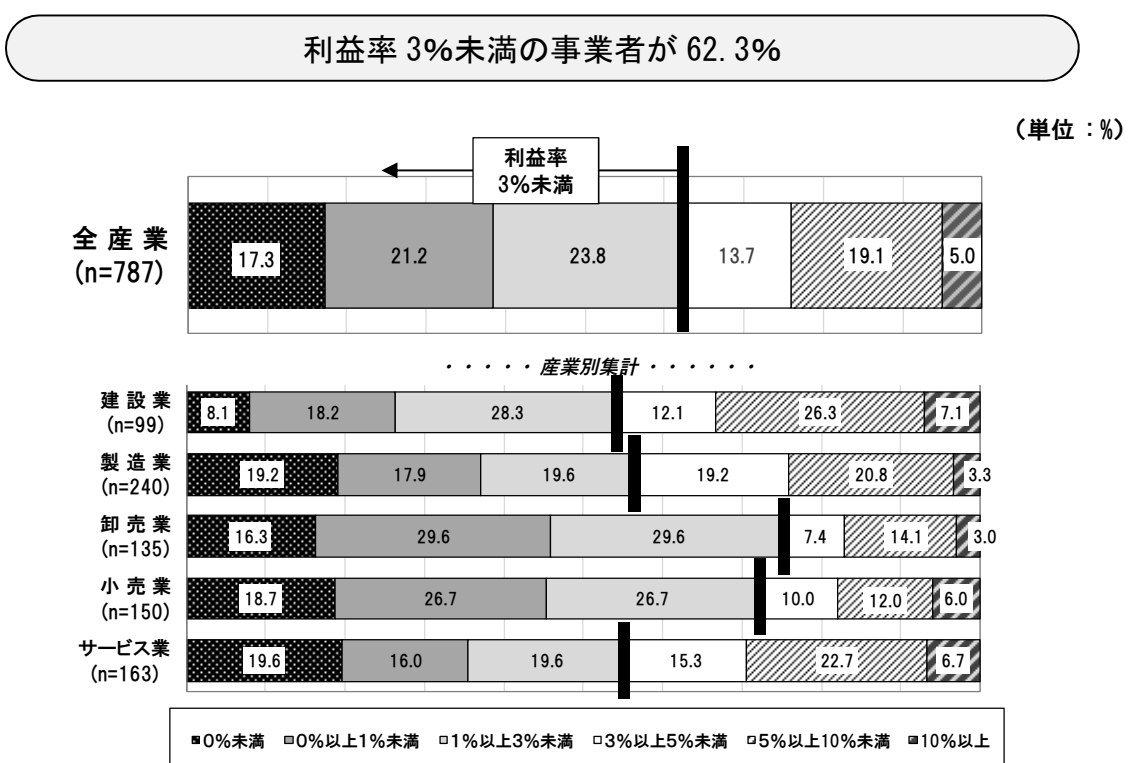
《単一回答》

図 31 直近決算期の当期純利益



《単一回答》

図 32 売上高当期純利益率



《数値回答》

表 24 売上高当期純利益率の平均値（過去調査との比較）

県の平均値は 2.4%と前年から 0.4 ポイント上昇し、令和元年水準を回復

	R3 (①)	R2	R1	H30 (②)	利益率の変化 (①－②)
全産業(n=787)	2.4	2.0	2.4	2.1	0.3
建設業(n=99)	3.5	3.3	3.4	2.2	1.3
総合工事(n=39)	3.0	3.0	3.1	1.5	1.5
職別工事(n=27)	3.3	2.6	3.7	2.6	0.7
設備工事(n=33)	4.2	4.6	3.4	2.7	1.5
製造業(n=240)	2.4	2.1	2.3	2.8	▲ 0.4
食料品(n=43)	0.7	1.3	1.6	2.0	▲ 1.3
繊維製品(n=28)	2.6	0.6	1.6	1.5	1.1
木材・木工製品(n=20)	1.9	1.3	1.2	2.1	▲ 0.2
化学製品(n=23)	3.6	3.7	3.6	4.2	▲ 0.6
鉄鋼・金属製品(n=32)	2.0	2.0	2.5	2.7	▲ 0.7
機械・機械部品(n=42)	3.9	2.4	2.7	3.6	0.3
その他(n=52)	2.4	2.7	2.9	3.1	▲ 0.7
卸売業(n=135)	1.9	1.3	1.8	1.6	0.3
飲食料品(n=25)	0.8	0.4	1.2	0.5	0.3
建築材料(n=35)	1.9	1.5	1.5	1.2	0.7
機械器具(n=23)	3.1	2.2	2.5	2.7	0.4
化学製品(n=26)	1.4	0.4	1.5	1.8	▲ 0.4
その他(n=26)	2.3	1.6	2.4	1.9	0.4

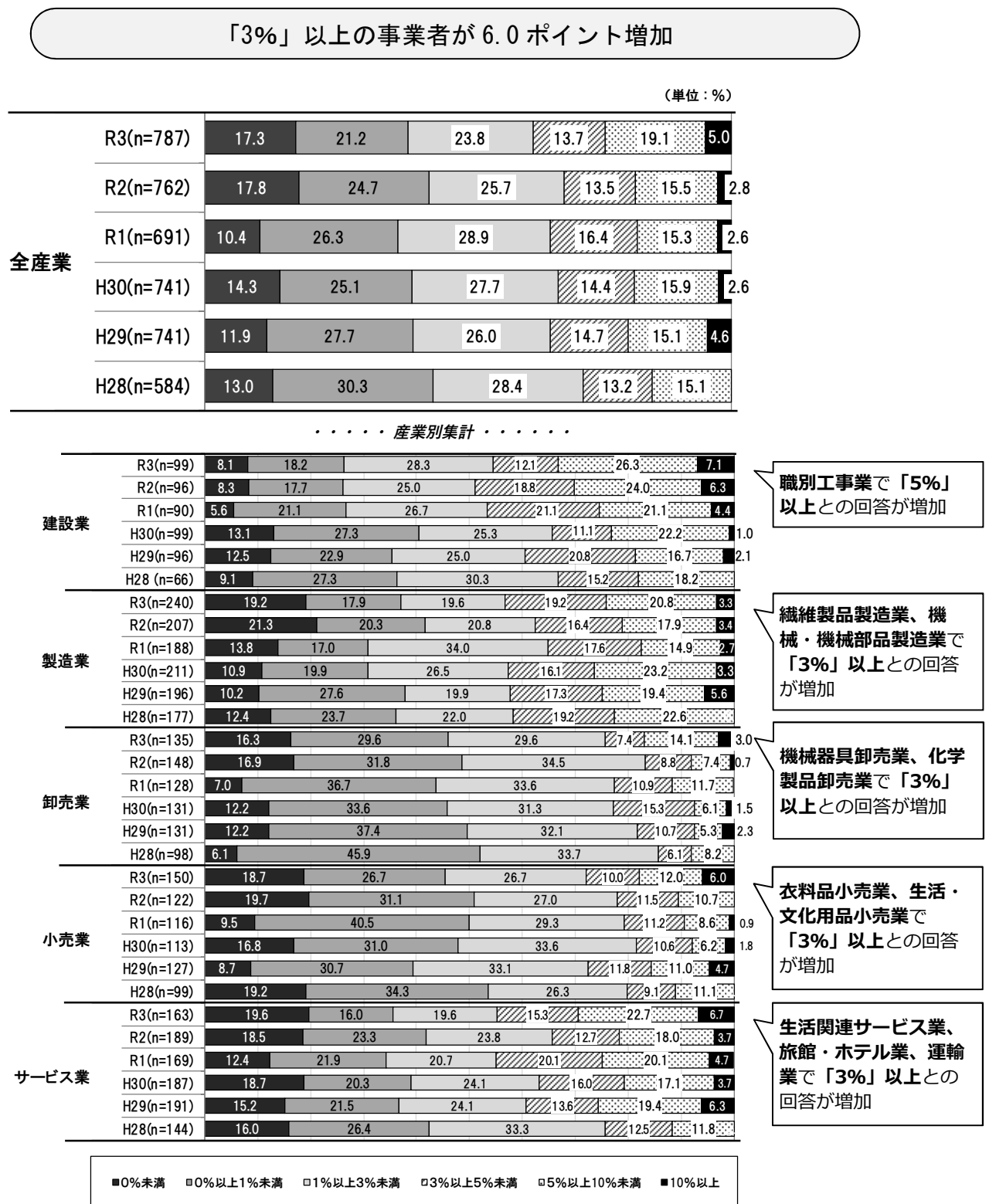
	R3 (①)	R2	R1	H30 (②)	利益率の変化 (①－②)
小売業(n=150)	1.9	1.2	1.6	1.4	0.5
衣料品(n=12)	3.2	0.8	3.5	3.1	0.1
飲食料品(n=21)	1.8	2.0	1.8	2.0	▲ 0.2
生活・文化用品(n=25)	1.9	0.0	1.6	1.0	0.9
自動車(n=24)	1.5	1.5	1.3	1.0	0.5
燃料(n=31)	1.3	1.4	0.9	0.8	0.5
機械器具(n=19)	1.3	1.5	1.5	0.8	0.5
その他の(n=18)	3.4	1.0	2.0	1.5	1.9
サービス業(n=163)	2.9	2.1	3.0	2.2	0.7
不動産業(n=16)	4.1	3.3	5.3	4.2	▲ 0.1
運輸業(n=37)	2.9	2.2	3.4	1.2	1.7
旅館・ホテル業(n=14)	2.2	0.7	1.8	1.6	0.6
飲食業(n=10)	▲ 0.2	▲ 0.3	2.3	0.9	▲ 1.1
医療・福祉(n=21)	1.9	1.5	2.3	2.4	▲ 0.5
生活関連(n=11)	2.6	1.8	3.0	2.9	▲ 0.3
教養・娯楽(n=12)	2.6	0.7	0.9	3.0	▲ 0.4
その他(n=42)	3.9	3.7	3.1	2.2	1.7

(注 1) 図中の「R2」、「R1」、「H30」は過去の「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

(注 2) 表中の n 値は令和 3 年度調査（当調査）における有効回答数。

《単一回答》

図 33 売上高当期純利益率（過去調査との比較）



（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

第2章 直近1年間（令和3年度）の業績

本章概要

【産業別にみた場合】

新型コロナウイルス感染症の影響が続き、45.8%が売上高「減少」と回答
令和4年度見通しについても、35.5%が「減少」と回答（「増加」は17.5%）

- 売上高が「減少」した事業者は45.8%となり、前年調査の61.7%からは減ったが、依然として約半数占める。業種別では、衣料品小売業、旅館・ホテル業、職別工事業、飲食料品小売業、生活関連サービス業で「減少」との回答が多い（p. 45-46）
- 営業利益が「減少」した事業者は48.1%となり、前年調査の55.4%からは減ったが、依然として約半数を占める。業種別では、衣料品小売業、自動車小売業、飲食料品小売業、燃料小売業で「減少」との回答が多い（p. 47-48）
- 売上高に対する営業費用の割合について、「上昇」との回答は37.0%となり、前年調査に比べて8.9ポイント増加（p. 49-50）
- 「原材料費」、「人件費」の上昇で、営業費用の割合が上昇している事業者が目立つ。（p. 52）
- 令和4年度の売上高見通しでは、「増加」が17.5%、「減少」が35.5%（p. 57）
- 令和4年度の営業利益見通しでは、「増加」が15.1%、「減少」が39.7%（p. 59）

【従業員規模別にみた場合】

20人未満の事業者で売上高、営業利益が「減少」しているとの回答が多い
30人以上の事業者では、売上高営業利益率が「悪化」している事業者が約半数

- 20人以上において、売上高が「増加」したとする事業者が増える一方、20人未満では「減少」とする事業者が約半数を占める（p. 62-63）
- 従業員規模が比較的大きい事業者で、令和4年度の売上高が「増加」との回答が比較的多い（p. 71）

【地域別にみた場合】

売上高等の業績状況について、地域による差はあまり見られないが
紀中地域の事業者で「減少」との回答がやや多い

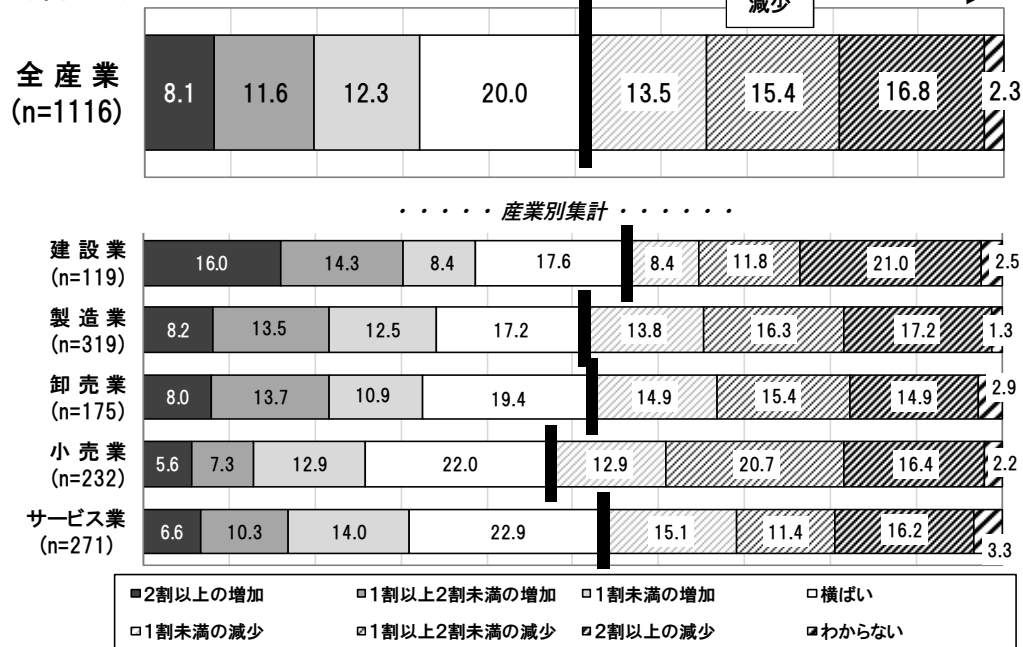
- 売上高等の業績状況については、令和4年度の見通しを含めて、紀中地域の事業者で「減少」との回答が多い（p. 73, 77）

《単一回答》

図 34 売上高の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]）

「減少」の事業者が 45.8%を占める

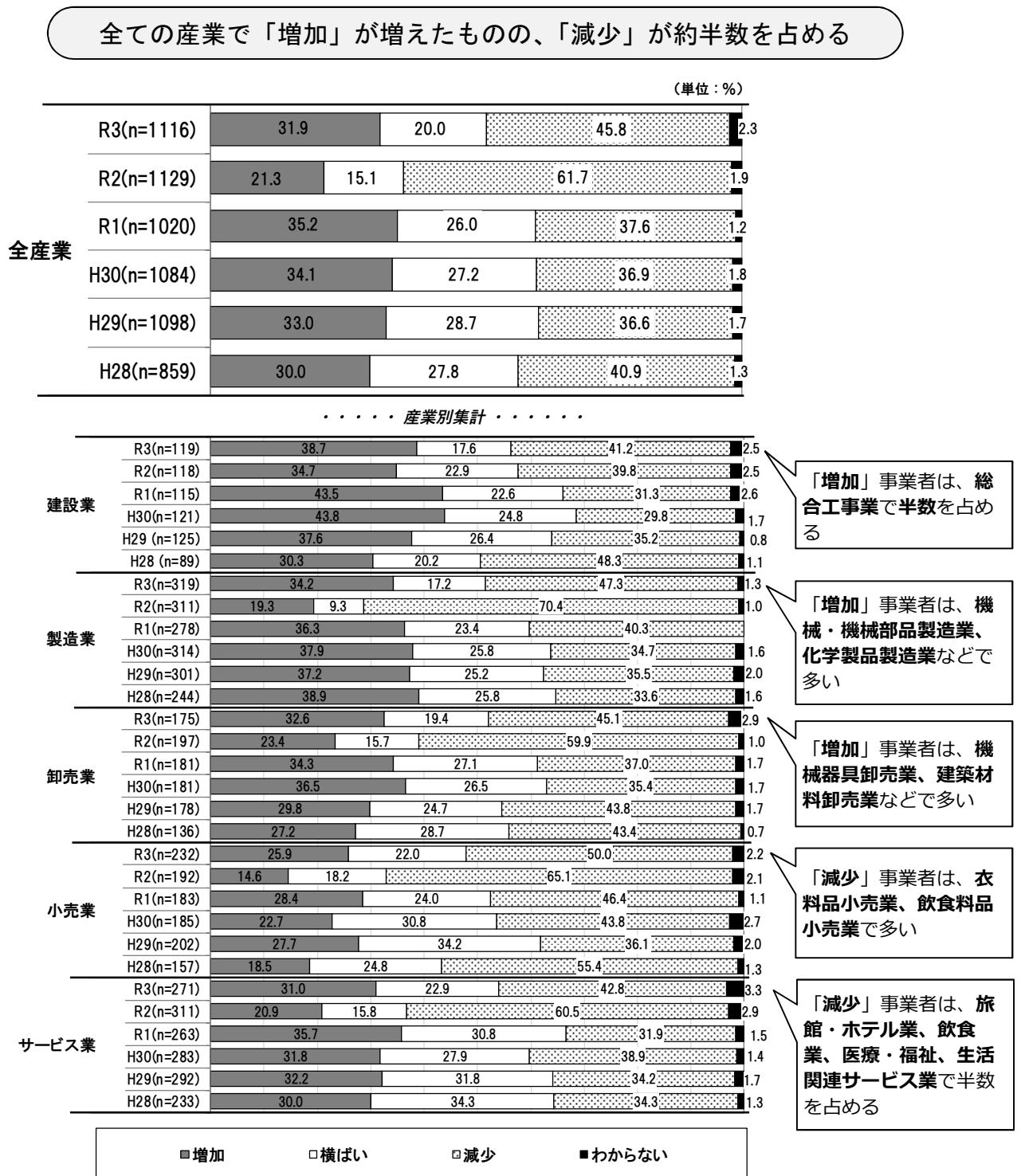
（単位：％）



「増加」の事業者は、機械・機械部品製造業、総合工事業、機械器具卸売業、運輸業が多い
 「減少」の事業者は、衣料品小売業、旅館・ホテル業、職別工事業、飲食料品小売業、生活関連サービス業、木材・木工製品製造業、飲食業が多い

《単一回答》

図 35 売上高の増減（過去調査との比較）



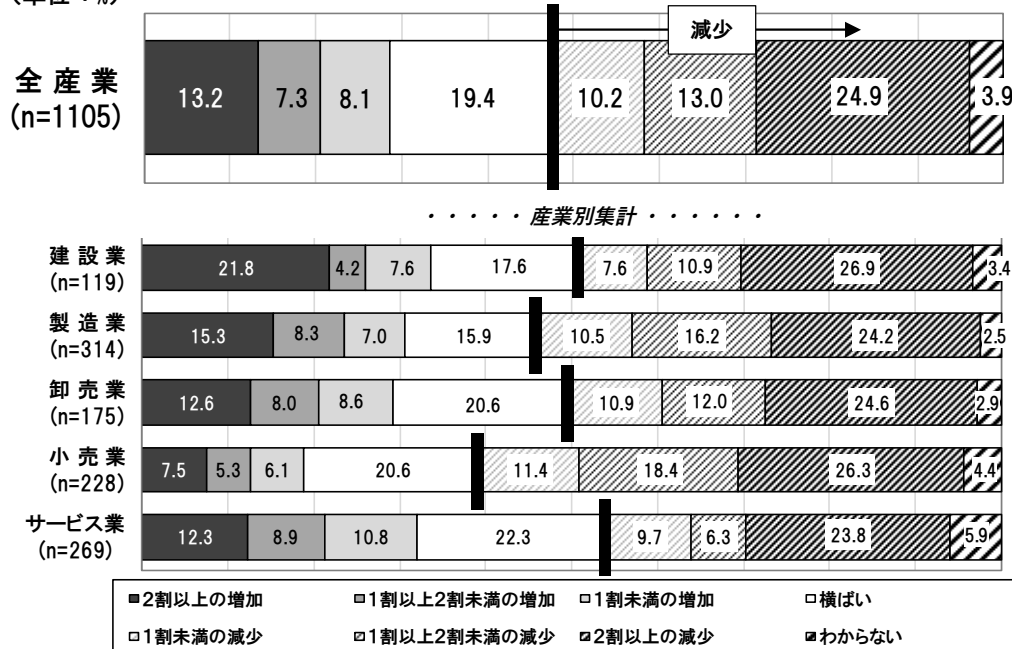
（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 36 営業利益の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]）

「減少」が 48.1%と約半数を占める（小売業では 56.1%）

（単位：％）

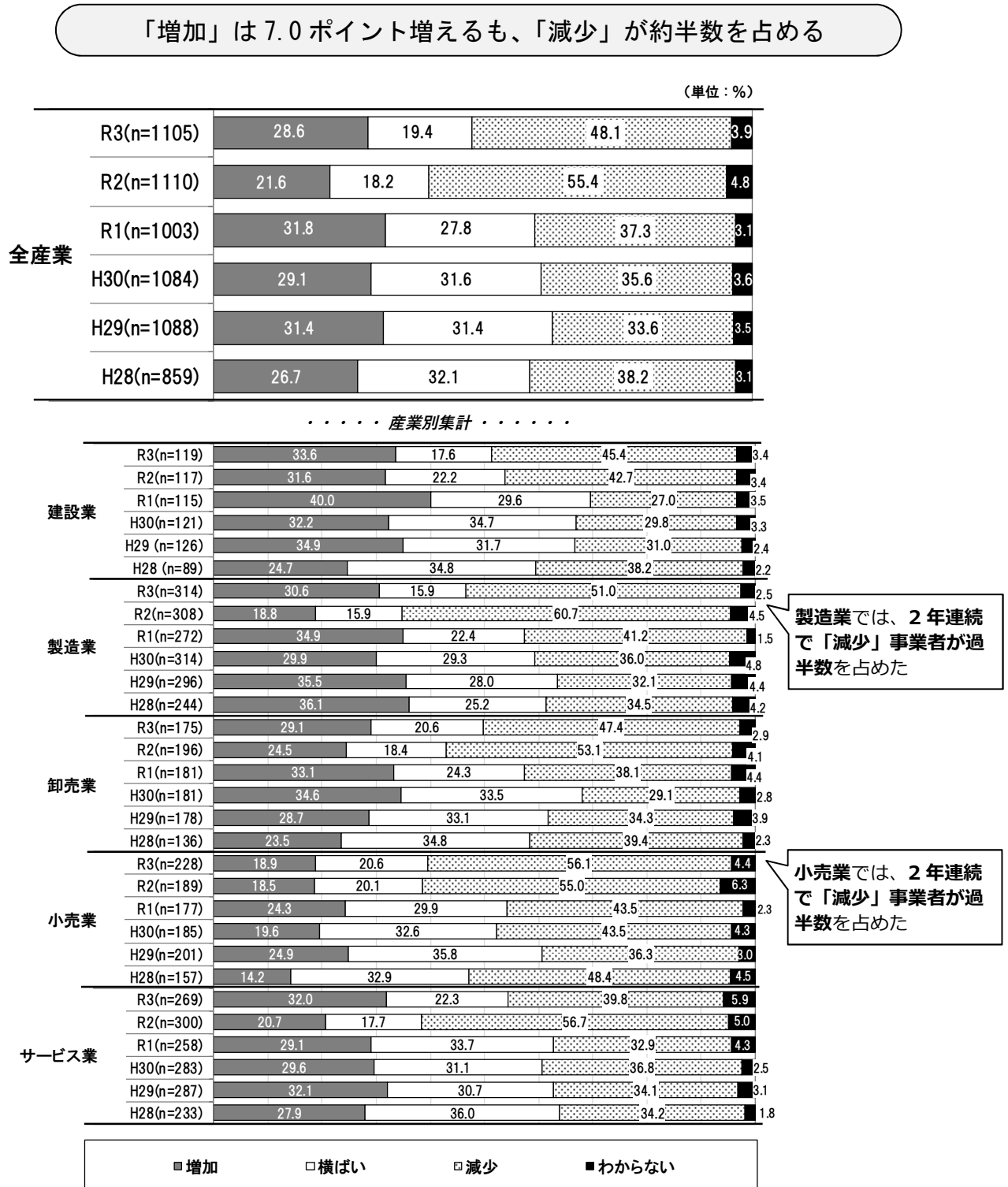


「増加」の事業者は、総合工事業、不動産業、運輸業、化学製品製造業などで多い

「減少」の事業者は、衣料品小売業、自動車小売業、飲食料品小売業、燃料小売業、木材・木工製品製造業、食料品製造業などで多い

《単一回答》

図 37 営業利益の増減（過去調査との比較）



（注）図中の「R3」は令和 3 年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 38 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]）

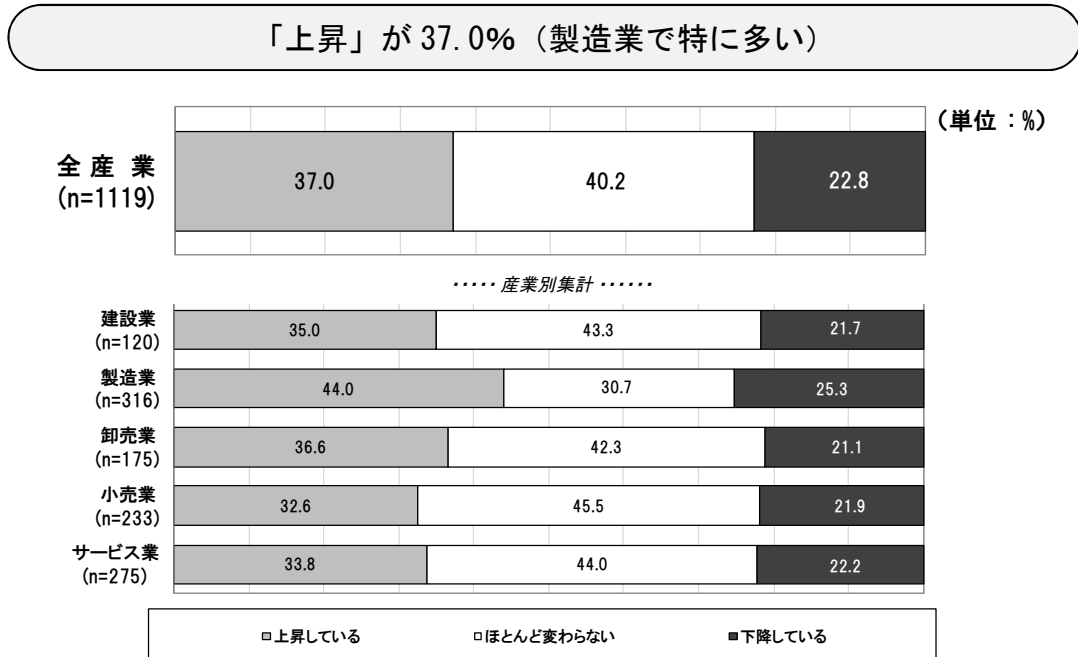


表 25 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、業種別）

製造業、卸売業で「上昇」が多い

「上昇」事業者の割合（％）

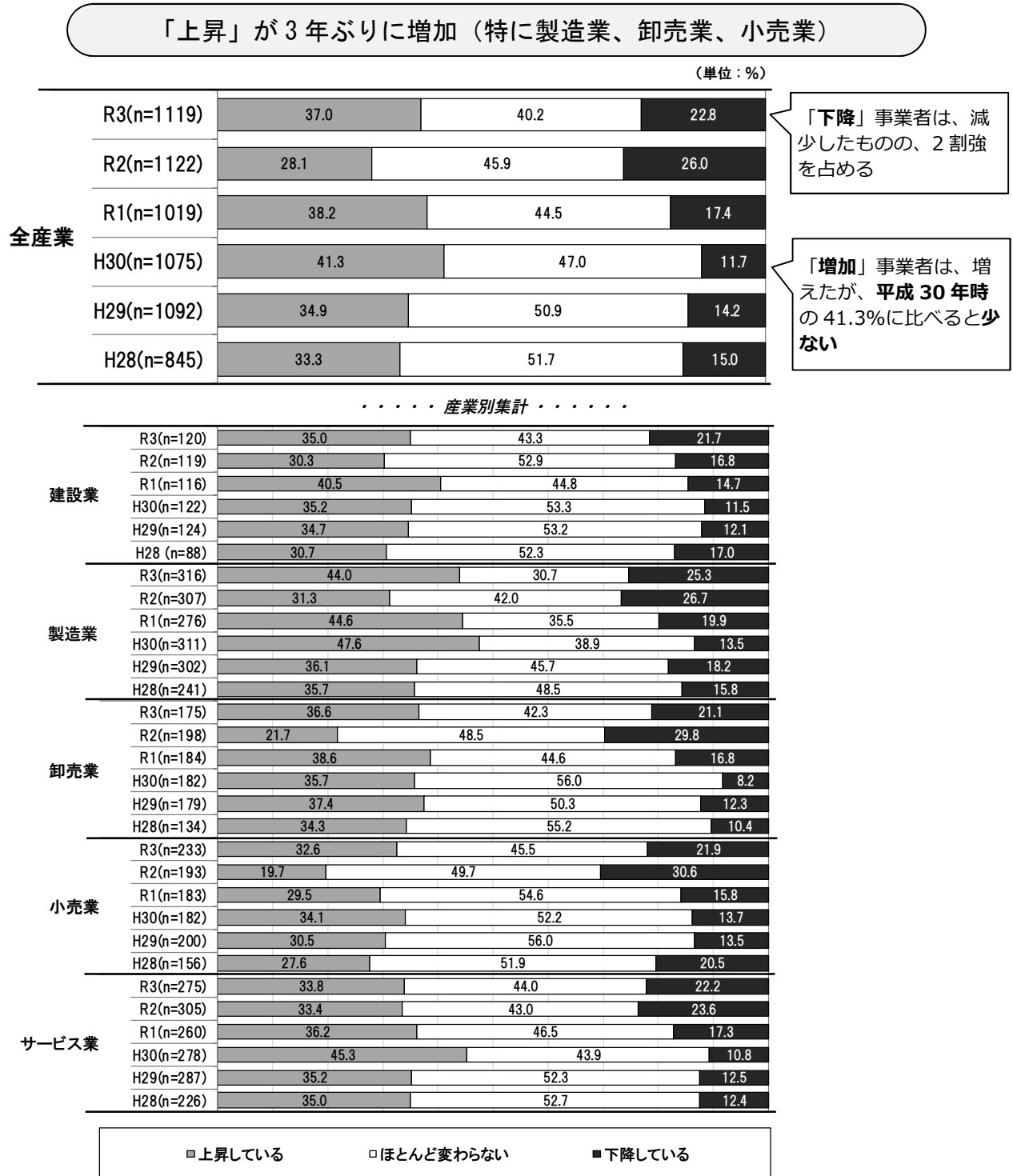
業種	割合（％）	業種	割合（％）
全産業 (n=1119)	37.0	小売業 (n=233)	32.6
建設業 (n=120)	35.0	衣料品 (n=23)	34.8
総合工事 (n=46)	28.3	飲食料品 (n=36)	38.9
職別工事 (n=35)	42.9 ★	生活・文化用品 (n=42)	23.8
設備工事 (n=39)	35.9	自動車 (n=28)	35.7
製造業 (n=316)	44.0	燃料 (n=44)	43.2 ★
食料品 (n=56)	55.4 ★	機械器具 (n=30)	20.0
繊維製品 (n=44)	45.5 ★	その他の (n=30)	30.0
木材・木工製品 (n=32)	40.6	サービス業 (n=275)	33.8
化学製品 (n=30)	46.7 ★	不動産業 (n=35)	31.4
鉄鋼・金属製品 (n=40)	50.0 ★	運輸業 (n=52)	46.2 ★
機械・機械部品 (n=51)	37.3	旅館・ホテル業 (n=39)	38.5
その他 (n=63)	34.9	飲食業 (n=27)	33.3
卸売業 (n=175)	36.6	医療・福祉 (n=26)	38.5
飲食料品 (n=35)	48.6 ★	生活関連 (n=16)	31.3
建築材料 (n=41)	46.3 ★	教養・娯楽 (n=24)	16.7
機械器具 (n=33)	24.2	その他 (n=56)	26.8
化学製品 (n=31)	16.1		
その他 (n=35)	42.9 ★		

（単位：％）

（注）全体平均から 5 ポイント以上高い産業・業種について、★表記を行っている。

《単一回答》

図 39 売上高に対する営業費用の割合の変化（過去調査との比較）



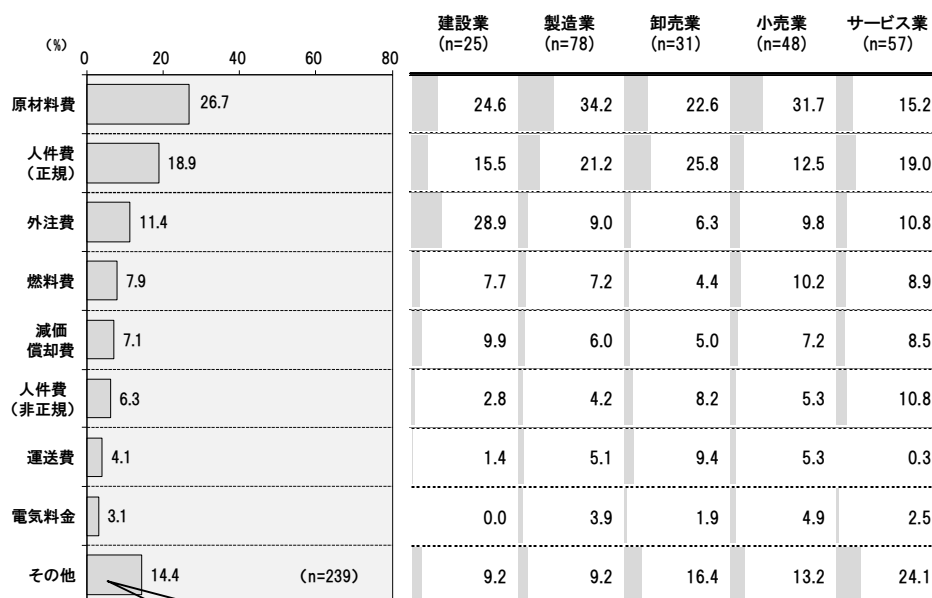
（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《ポイント割合》

図 40 売上高営業利益率が「改善」した理由（※ポイント割合）¹

※ 質問「売上高に対する営業費用の割合の変化」で「下降している」事業者を売上高営業利益率が「改善」した事業者として集計対象としている。

「原材料費」が 26.7% で最多。「人件費（正規）」、「外注費」が続く



「その他」は、「コロナ禍に伴う売上規模減少で、コストが低下」等が多い

（参考 1）売上高営業利益率が「改善」した事業者は、機械・機械部品製造業、生活・文化用品小売業、機械器具小売業、飲食業、医療・福祉などで比較的多い。

（参考 2）前年調査でも類似の質問を行っており、「改善」した理由は以下の通り

- 1 位 原材料費（25.9%）
- 2 位 人件費（24.8%）
- 3 位 その他（15.9%）

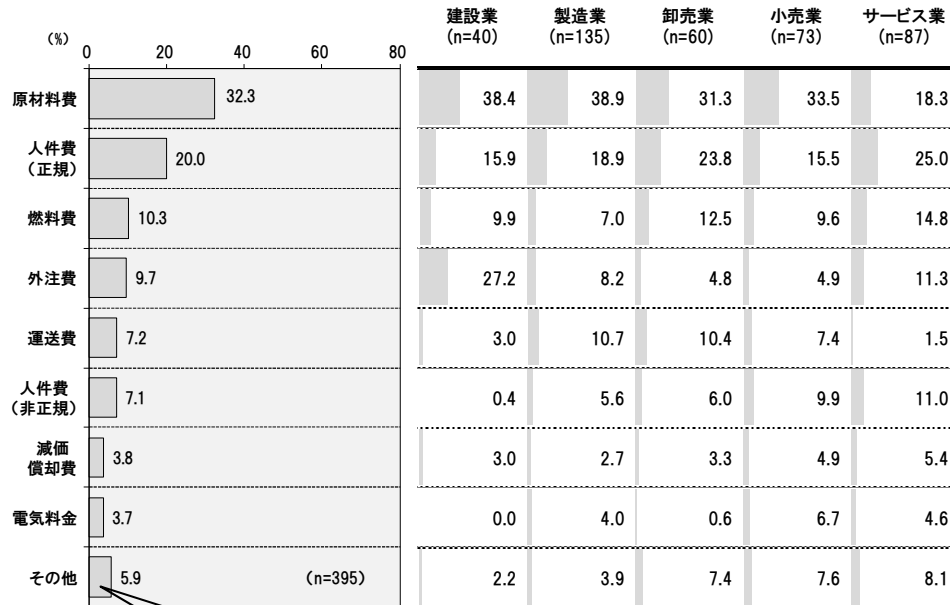
¹ 当質問では、原因となった費目を上位 3 つまで選択する形式で質問している。集計に際しては、1 位の費目に 3 ポイント、2 位の費目に 2 ポイント、3 位の費目に 1 ポイントを加算し、各費目の総ポイントが全体合計のポイントに占める割合をポイント割合として算出した。

《ポイント割合》

図 41 売上高営業利益率が「悪化」した理由（※ポイント割合）

※ 質問「売上高に対する営業費用の割合の変化」で「上昇している」事業者を売上高営業利益率が「悪化」した事業者として集計対象としている。

「原材料費」が 32.3% で最多。サービス業は「人件費」が最多



「その他」は、「販管費」、「仕入費」など

(参考 1) 売上高営業利益率が「悪化」した事業者は、**食料品製造業、鉄鋼・金属製品製造業、化学製品製造業、飲食料品卸売業、建築材料卸売業**などで比較的多い。

(参考 2) 前年調査でも類似の質問を行っており、「悪化」した理由は以下の通り

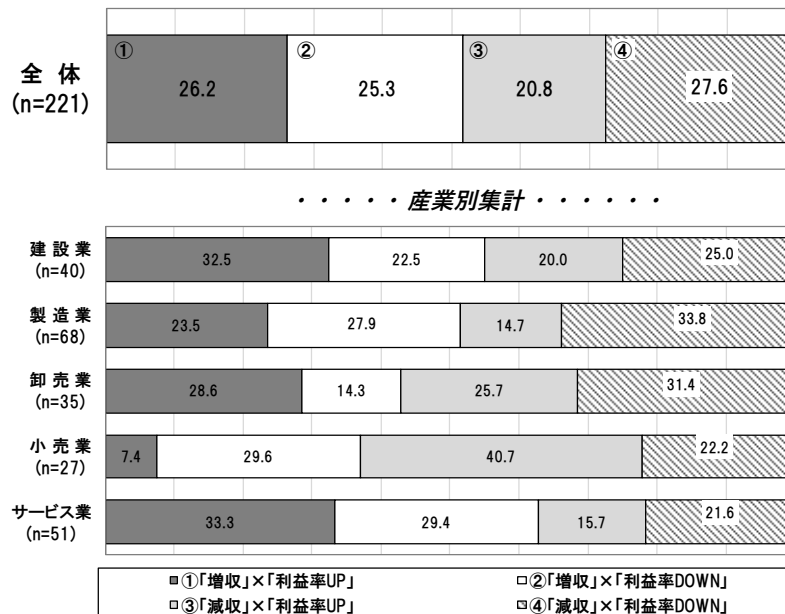
- 1 位 人件費 (35.6%)
- 2 位 原材料費 (26.8%)
- 3 位 外注費 (13.2%)

《単一回答》

図 42 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業）

※令和 3 年度調査ならびに平成 26 年調査に回答した企業のみ集計

「増収×利益率 UP」が 26.2%、「減収×利益率 DOWN」は 27.6%



製造業では「減収×利益率 DOWN」が比較的多い

小売業では「減収×利益率 UP」が比較的多い

(注)「利益率」は、売上高営業利益率を意味する。

《単一回答》

表 26 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業、業種別）

※令和 3 年度調査ならびに平成 26 年調査に回答した企業のみ集計

運輸業、機械・機械部品製造業で「増収×利益率 UP」多い

	有効 回答数	①「増収」× 「利益率UP」	②「増収」× 「利益率DOWN」	③「減収」× 「利益率UP」	④「減収」× 「利益率DOWN」
全産業	221	26.2	25.3	20.8	27.6
建設業	40	32.5	22.5	20.0	25.0
総合工事業	17	35.3	35.3	5.9	23.5
職別工事業	5	0.0	20.0	20.0	60.0
設備工事業	18	38.9	11.1	33.3	16.7
製造業	68	23.5	27.9	14.7	33.8
食料品製造業	10	10.0	40.0	20.0	30.0
繊維製品製造業	8	12.5	37.5	0.0	50.0
木材・木工製品製造業	6	16.7	16.7	0.0	66.7
化学製品製造業	9	22.2	44.4	22.2	11.1
鉄鋼・金属製品製造業	6	16.7	50.0	0.0	33.3
機械・機械部品製造業	16	50.0	6.3	12.5	31.3
その他の製造業	13	15.4	23.1	30.8	30.8
商業（卸売）	35	28.6	14.3	25.7	31.4
飲食料品卸売業	3	0.0	33.3	33.3	33.3
建築材料卸売業	11	36.4	9.1	36.4	18.2
機械器具卸売業	6	16.7	33.3	33.3	16.7
化学製品卸売業	6	50.0	0.0	0.0	50.0
その他の卸売業	9	22.2	11.1	22.2	44.4
商業（小売）	27	7.4	29.6	40.7	22.2
衣料品小売業	2	0.0	0.0	100.0	0.0
飲食料品小売業	3	33.3	33.3	0.0	33.3
生活・文化用品小売業	4	25.0	25.0	50.0	0.0
自動車小売業	7	0.0	42.9	28.6	28.6
燃料小売業	5	0.0	20.0	60.0	20.0
機械器具小売業	2	0.0	0.0	100.0	0.0
その他の小売業	4	0.0	50.0	0.0	50.0
サービス業	51	33.3	29.4	15.7	21.6
不動産業	9	33.3	44.4	11.1	11.1
運輸業	13	53.8	23.1	7.7	15.4
旅館・ホテル業	2	0.0	0.0	50.0	50.0
飲食業	3	33.3	0.0	33.3	33.3
医療・福祉	6	33.3	50.0	0.0	16.7
生活関連サービス業	1	0.0	0.0	0.0	100.0
教養・娯楽サービス業	3	0.0	0.0	66.7	33.3
その他のサービス業	14	28.6	35.7	14.3	21.4

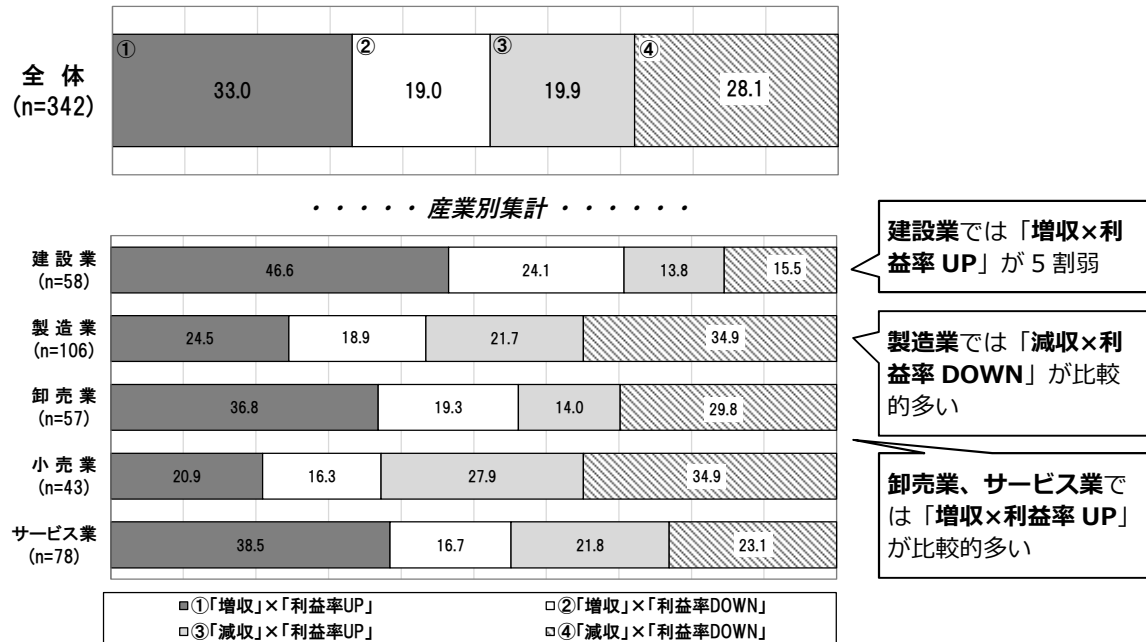
- ・木材・木工製品製造業、繊維製品製造業、化学製品卸売業、旅館・ホテル業では「減収」×「利益率 DOWN」の事業者が多い。
- ・衣料品小売業、生活・文化用品小売業、燃料小売業では「減収」×「利益率 UP」の事業者が多い。
- ・「増収」×「利益率 DOWN」の事業者は、食料品製造業、鉄鋼・金属製品製造業、自動車小売業、医療・福祉などで多い。
- ・「増収」×「利益率 UP」の事業者は、運輸業、機械・機械部品製造業などで多い。

《単一回答》

図 43 コロナ禍における業績変化（連続回答企業）

※令和 3 年度調査ならびに令和元年調査に回答した企業のみ集計

「増収×利益率 UP」(33.0%) が最多。「減収×利益率 DOWN」は 28.1%



(注)「利益率」は、売上高営業利益率を意味する。

《単一回答》

表 27 コロナ禍における業績変化（連続回答企業、業種別）

※令和 3 年度調査ならびに令和元年調査に回答した企業のみ集計

「減収」×「利益率 DOWN」は、旅館・ホテル業、繊維製品製造業で多い

	有効 回答数	①「増収」× 「利益率UP」	②「増収」× 「利益率DOWN」	③「減収」× 「利益率UP」	④「減収」× 「利益率DOWN」
全産業	342	33.0	19.0	19.9	28.1
建設業	58	46.6	24.1	13.8	15.5
総合工事業	22	50.0	22.7	9.1	18.2
職別工事業	9	55.6	33.3	11.1	0.0
設備工事業	27	40.7	22.2	18.5	18.5
製造業	106	24.5	18.9	21.7	34.9
食料品製造業	18	22.2	16.7	27.8	33.3
繊維製品製造業	13	23.1	7.7	15.4	53.8
木材・木工製品製造業	7	42.9	14.3	14.3	28.6
化学製品製造業	9	55.6	33.3	11.1	0.0
鉄鋼・金属製品製造業	12	8.3	33.3	33.3	25.0
機械・機械部品製造業	25	20.0	20.0	20.0	40.0
その他の製造業	22	22.7	13.6	22.7	40.9
商業（卸売）	57	36.8	19.3	14.0	29.8
飲食料品卸売業	9	44.4	11.1	11.1	33.3
建築材料卸売業	12	50.0	25.0	8.3	16.7
機械器具卸売業	10	40.0	20.0	20.0	20.0
化学製品卸売業	14	21.4	7.1	21.4	50.0
その他の卸売業	12	33.3	33.3	8.3	25.0
商業（小売）	43	20.9	16.3	27.9	34.9
衣料品小売業	4	25.0	0.0	50.0	25.0
飲食料品小売業	5	20.0	40.0	0.0	40.0
生活・文化用品小売業	7	57.1	14.3	28.6	0.0
自動車小売業	5	40.0	20.0	40.0	0.0
燃料小売業	10	0.0	10.0	40.0	50.0
機械器具小売業	4	25.0	0.0	25.0	50.0
その他の小売業	8	0.0	25.0	12.5	62.5
サービス業	78	38.5	16.7	21.8	23.1
不動産業	6	66.7	33.3	0.0	0.0
運輸業	17	47.1	5.9	35.3	11.8
旅館・ホテル業	6	0.0	16.7	0.0	83.3
飲食業	2	0.0	50.0	0.0	50.0
医療・福祉	15	40.0	20.0	13.3	26.7
生活関連サービス業	3	33.3	0.0	33.3	33.3
教養・娯楽サービス業	5	20.0	20.0	40.0	20.0
その他のサービス業	24	41.7	16.7	25.0	16.7

- ・「増収」×「利益率 UP」の事業者は、不動産業、生活・文化用品小売業、化学製品製造業などで多い
- ・「増収」×「利益率 DOWN」の事業者は、飲食料品小売業などで多い
- ・「減収」×「利益率 UP」の事業者は、衣料品小売業、燃料小売業、自動車小売業、教養・娯楽サービス業などで多い
- ・「減収」×「利益率 DOWN」の事業者は、旅館・ホテル業、繊維製品製造業、化学製品卸売業などで多い

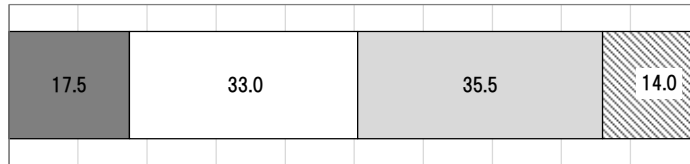
《単一回答》

図 44 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]）

「増加」は 17.5%。「減少」が 35.5%で最多

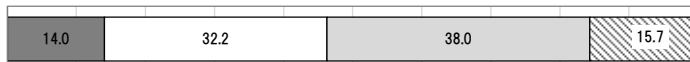
（単位：％）

全 体
(n=1127)

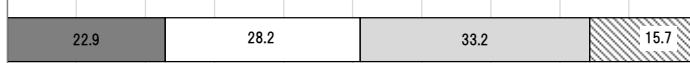


・・・・・・産業別集計・・・・・・

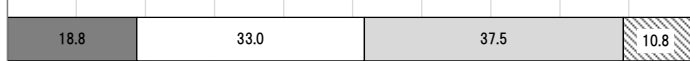
建設業
(n=121)



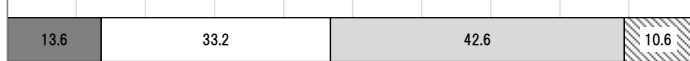
製造業
(n=319)



卸売業
(n=176)



小売業
(n=235)



サービス業
(n=276)



■ 増加

□ 横ばい

□ 減少

□ わからない

製造業では「増加」が
やや多い

小売業では「減少」が
やや多い

《単一回答》

表 28 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、業種別）

「減少」は、飲食料品小売業、木材・木工製品製造業、職別工事業などで多い

	有効 回答数	増加	横ばい	減少	わからない
全産業	1127	17.5	33.0	35.5	14.0
建設業	121	14.0	32.2	38.0	15.7
総合工事業	46	10.9	45.7	26.1	17.4
職別工事業	36	22.2	13.9	47.2	16.7
設備工事業	39	10.3	33.3	43.6	12.8
製造業	319	22.9	28.2	33.2	15.7
食料品製造業	56	19.6	28.6	35.7	16.1
繊維製品製造業	44	13.6	31.8	36.4	18.2
木材・木工製品製造業	35	11.4	25.7	54.3	8.6
化学製品製造業	30	43.3	30.0	20.0	6.7
鉄鋼・金属製品製造業	39	43.6	15.4	23.1	17.9
機械・機械部品製造業	52	23.1	30.8	23.1	23.1
その他の製造業	63	15.9	31.7	38.1	14.3
商業（卸売）	176	18.8	33.0	37.5	10.8
飲食料品卸売業	35	22.9	25.7	42.9	8.6
建築材料卸売業	40	20.0	32.5	42.5	5.0
機械器具卸売業	34	14.7	29.4	41.2	14.7
化学製品卸売業	31	9.7	35.5	35.5	19.4
その他の卸売業	36	25.0	41.7	25.0	8.3
商業（小売）	235	13.6	33.2	42.6	10.6
衣料品小売業	23	4.3	39.1	47.8	8.7
飲食料品小売業	36	16.7	19.4	55.6	8.3
生活・文化用品小売業	43	7.0	37.2	37.2	18.6
自動車小売業	29	20.7	31.0	34.5	13.8
燃料小売業	44	18.2	43.2	34.1	4.5
機械器具小売業	30	6.7	30.0	50.0	13.3
その他の小売業	30	20.0	30.0	43.3	6.7
サービス業	276	15.2	38.8	29.7	16.3
不動産業	33	18.2	36.4	36.4	9.1
運輸業	52	25.0	44.2	19.2	11.5
旅館・ホテル業	41	12.2	19.5	39.0	29.3
飲食業	27	25.9	40.7	22.2	11.1
医療・福祉	26	11.5	50.0	30.8	7.7
生活関連サービス業	16	18.8	18.8	25.0	37.5
教養・娯楽サービス業	24	8.3	54.2	20.8	16.7
その他のサービス業	57	5.3	42.1	36.8	15.8

- ・「増加」の事業者は、鉄鋼・金属製品製造業、化学製品製造業、飲食業などで多い
- ・「横ばい」の事業者は、教養・娯楽サービス業、医療・福祉、総合工事業などで多い
- ・「減少」の事業者は、飲食料品小売業、木材・木工製品製造業、職別工事業などで多い
- ・「わからない」の事業者は、生活関連サービス業、旅館・ホテル業などで多い

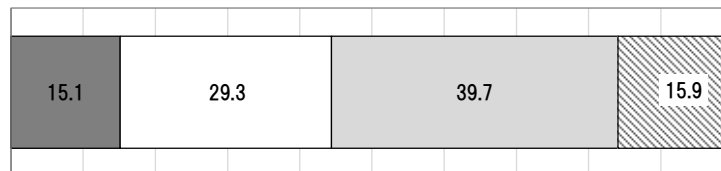
《単一回答》

図 45 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]）

4 割弱が「減少」と回答

（単位：％）

全 体
(n=1111)



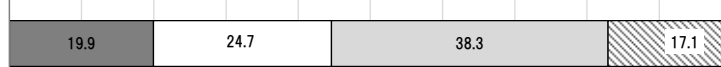
..... 産業別集計

建設業
(n=120)



建設業では「わからない」が 2 割弱

製造業
(n=316)

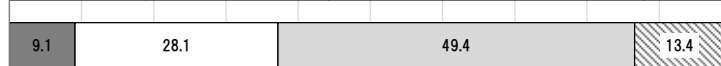


卸売業
(n=174)

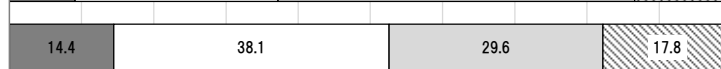


小売業では「減少」が 5 割弱

小売業
(n=231)



サービス業
(n=270)



■ 増加 □ 横ばい □ 減少 □ わからない

《単一回答》

表 29 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、業種別）

「減少」は、機械器具小売業、飲食料品小売業などで多い

	有効 回答数	増加	横ばい	減少	わからない
全産業	1111	15.1	29.3	39.7	15.9
建設業	120	10.0	29.2	41.7	19.2
総合工事業	46	4.3	45.7	28.3	21.7
職別工事業	35	20.0	8.6	51.4	20.0
設備工事業	39	7.7	28.2	48.7	15.4
製造業	316	19.9	24.7	38.3	17.1
食料品製造業	56	19.6	23.2	41.1	16.1
繊維製品製造業	44	11.4	29.5	38.6	20.5
木材・木工製品製造業	34	11.8	20.6	55.9	11.8
化学製品製造業	30	36.7	26.7	30.0	6.7
鉄鋼・金属製品製造業	39	33.3	15.4	33.3	17.9
機械・機械部品製造業	51	19.6	25.5	29.4	25.5
その他の製造業	62	14.5	29.0	40.3	16.1
商業（卸売）	174	19.0	25.3	43.7	12.1
飲食料品卸売業	34	29.4	20.6	41.2	8.8
建築材料卸売業	39	17.9	25.6	48.7	7.7
機械器具卸売業	34	14.7	26.5	47.1	11.8
化学製品卸売業	31	12.9	25.8	41.9	19.4
その他の卸売業	36	19.4	27.8	38.9	13.9
商業（小売）	231	9.1	28.1	49.4	13.4
衣料品小売業	23	8.7	34.8	47.8	8.7
飲食料品小売業	36	11.1	25.0	55.6	8.3
生活・文化用品小売業	42	7.1	23.8	47.6	21.4
自動車小売業	29	10.3	31.0	41.4	17.2
燃料小売業	42	4.8	33.3	50.0	11.9
機械器具小売業	30	6.7	20.0	60.0	13.3
その他の小売業	29	17.2	31.0	41.4	10.3
サービス業	270	14.4	38.1	29.6	17.8
不動産業	34	17.6	44.1	32.4	5.9
運輸業	49	20.4	40.8	28.6	10.2
旅館・ホテル業	40	12.5	22.5	32.5	32.5
飲食業	25	24.0	40.0	24.0	12.0
医療・福祉	26	11.5	50.0	30.8	7.7
生活関連サービス業	16	18.8	12.5	25.0	43.8
教養・娯楽サービス業	24	8.3	50.0	20.8	20.8
その他のサービス業	56	7.1	39.3	33.9	19.6

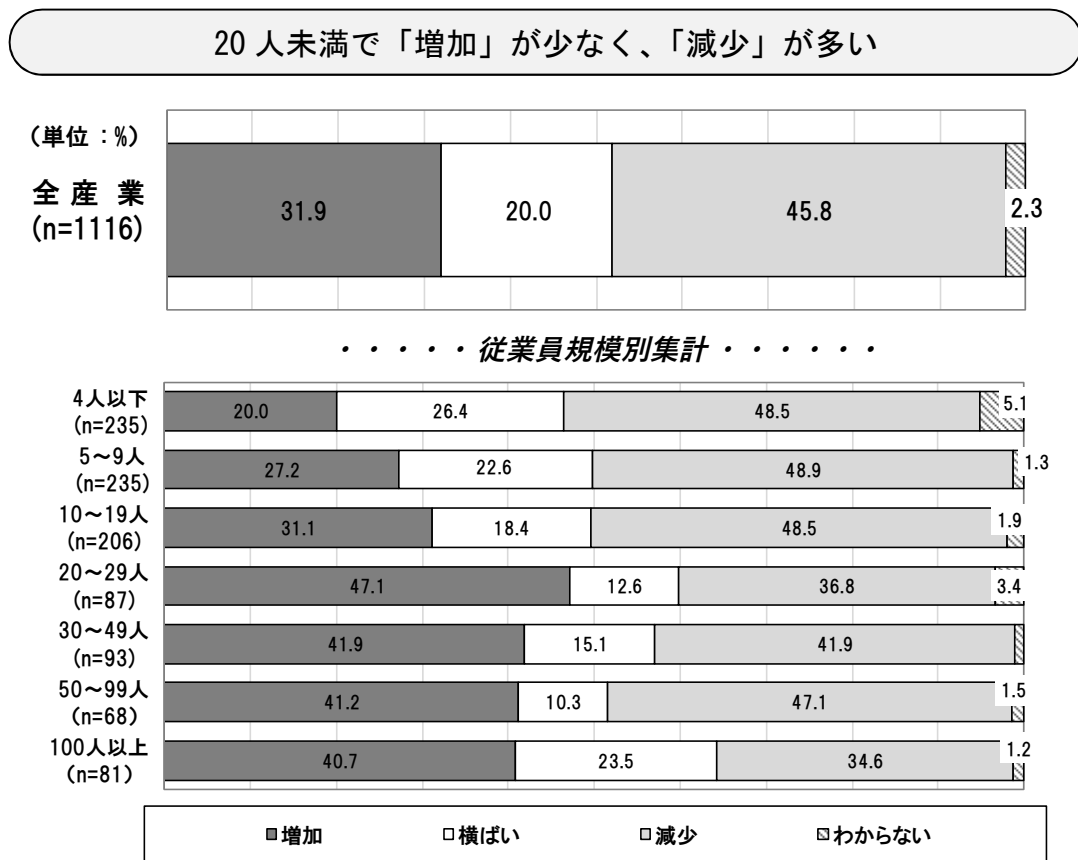
- ・「増加」の事業者は、化学製品製造業、鉄鋼・金属製品製造業、飲食業などで多い
- ・「横ばい」の事業者は、教養・娯楽サービス業、医療・福祉、総合工事業などで多い
- ・「減少」の事業者は、機械器具小売業、飲食料品小売業、木材・木工製品製造業、職別工事業などで多い
- ・「わからない」の事業者は、生活関連サービス業、旅館・ホテル業などで多い

(参考)

従業員規模別にみた直近 1 年間(令和 3 年度)の業績

《単一回答》

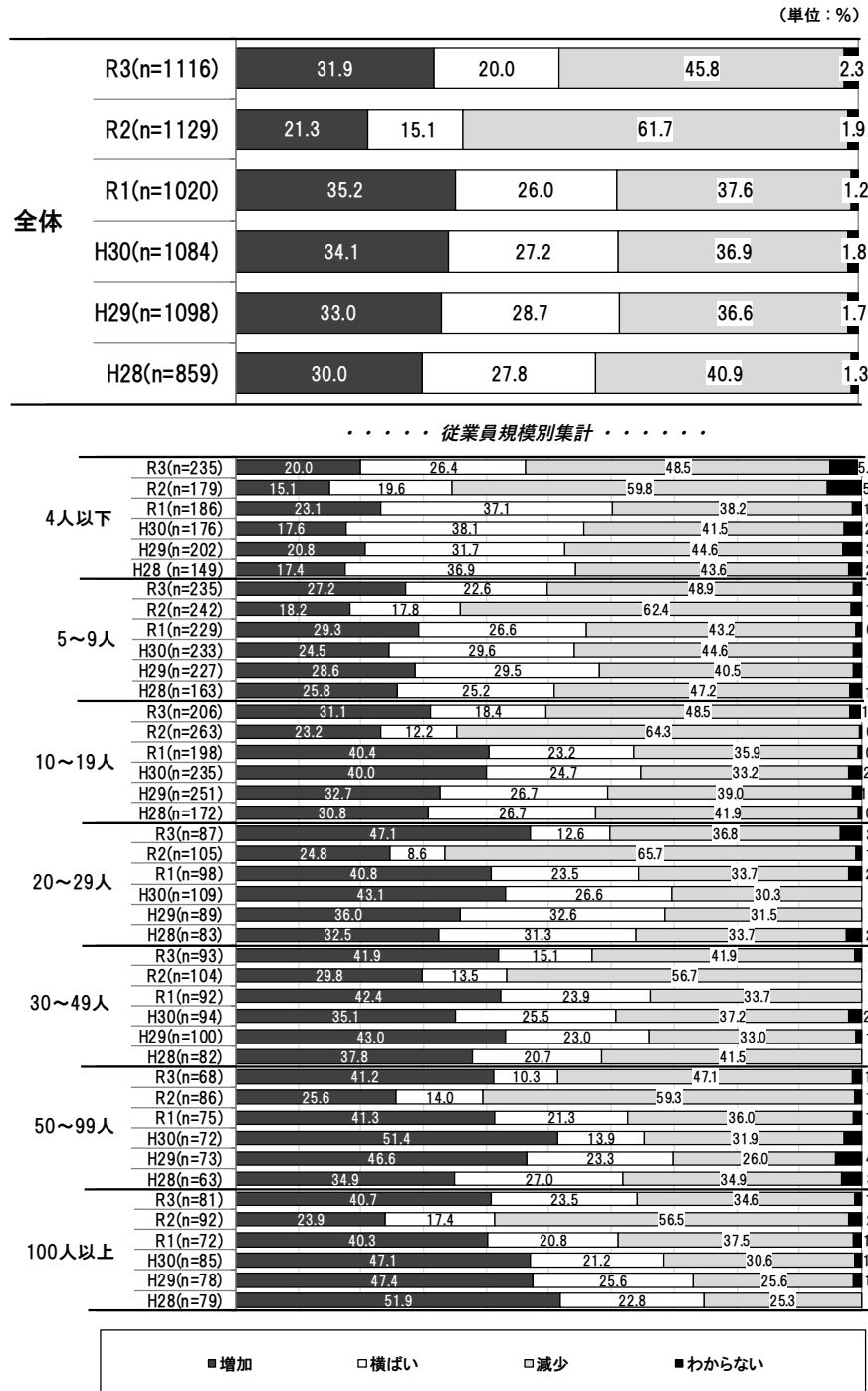
図 46 売上高の増減（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、従業員規模別）



- ・「増加」の事業者は、20～29人で最も多く、4人以下で最も少ない。
- ・「減少」の事業者は、20～29人、100人以上を除く全ての規模で4割を上回る。

《単一回答》

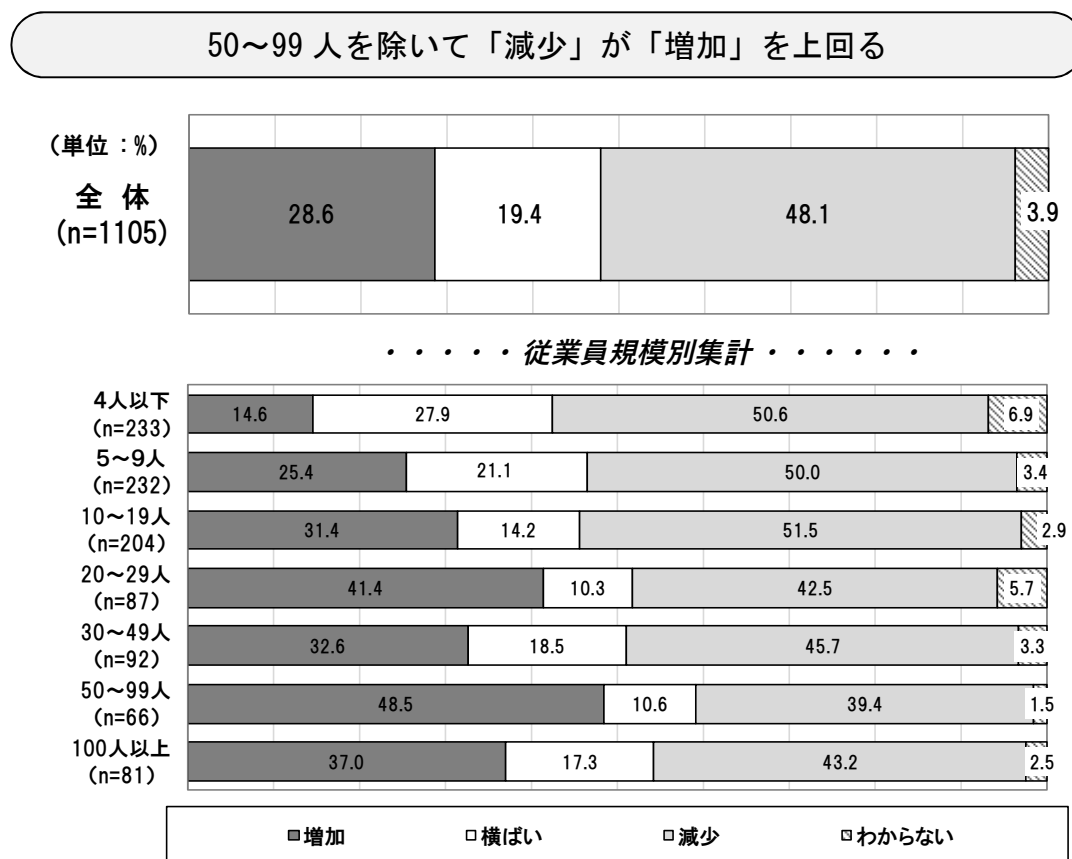
図 47 売上高の増減（過去調査との比較、従業員規模別）



（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

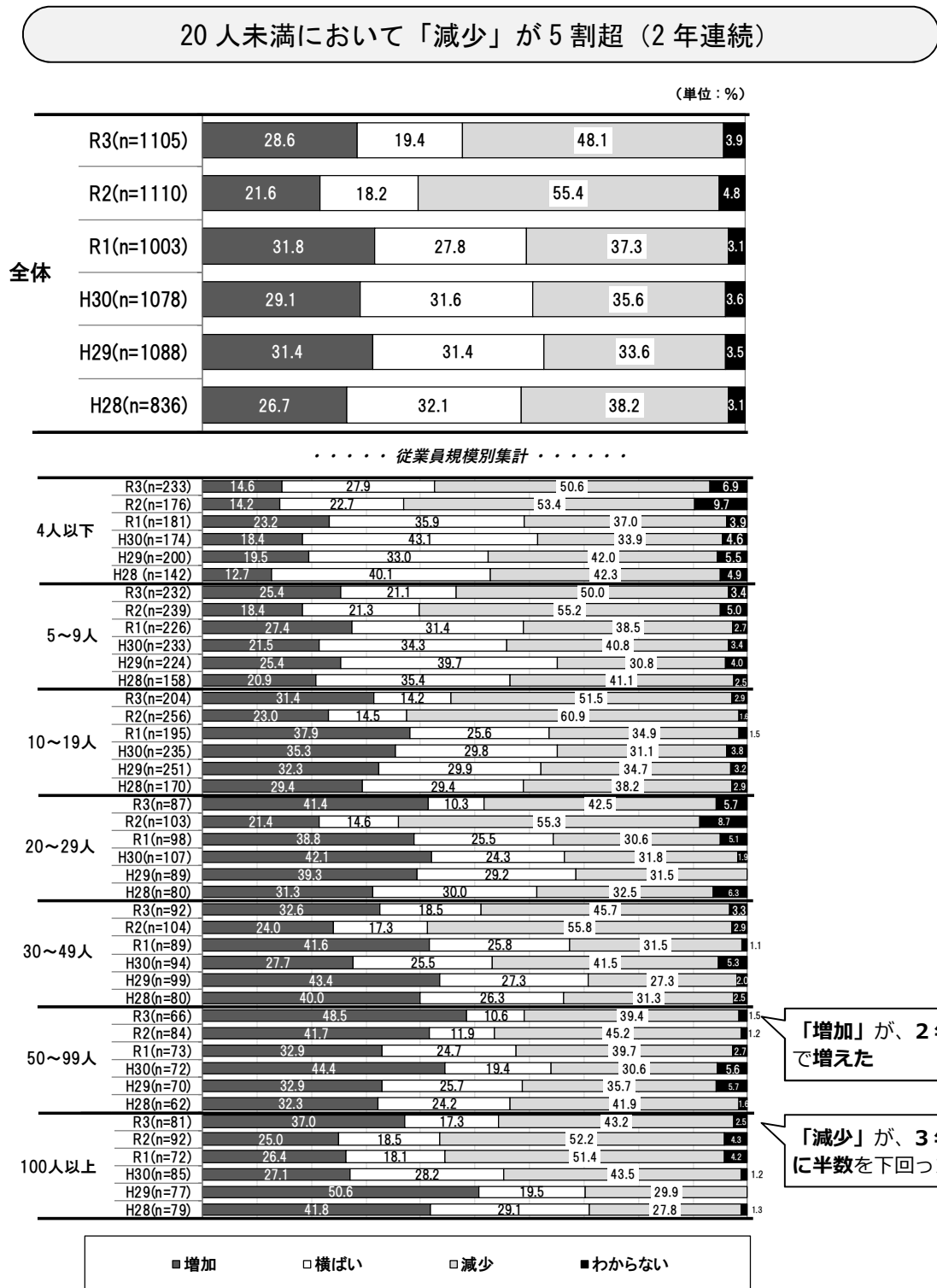
図 48 営業利益の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、従業員規模別）



- ・「増加」の事業者は、**50～99 人**で約半数。
- ・「減少」の事業者は、**20 人未満**で過半数を占める。

《単一回答》

図 49 営業利益の増減（過去調査との比較、従業員規模別）



（注）図中の「R3」は令和 3 年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

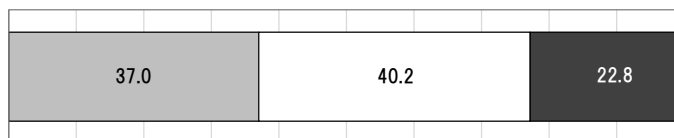
《単一回答》

図 50 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、従業員規模別）

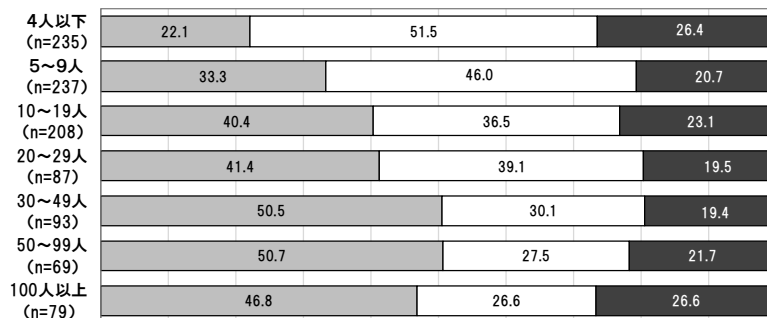
30～49 人、50～99 人で「上昇」が 5 割強

（単位：％）

全 体
(n=1119)



・・・・・・従業員規模別集計・・・・・・



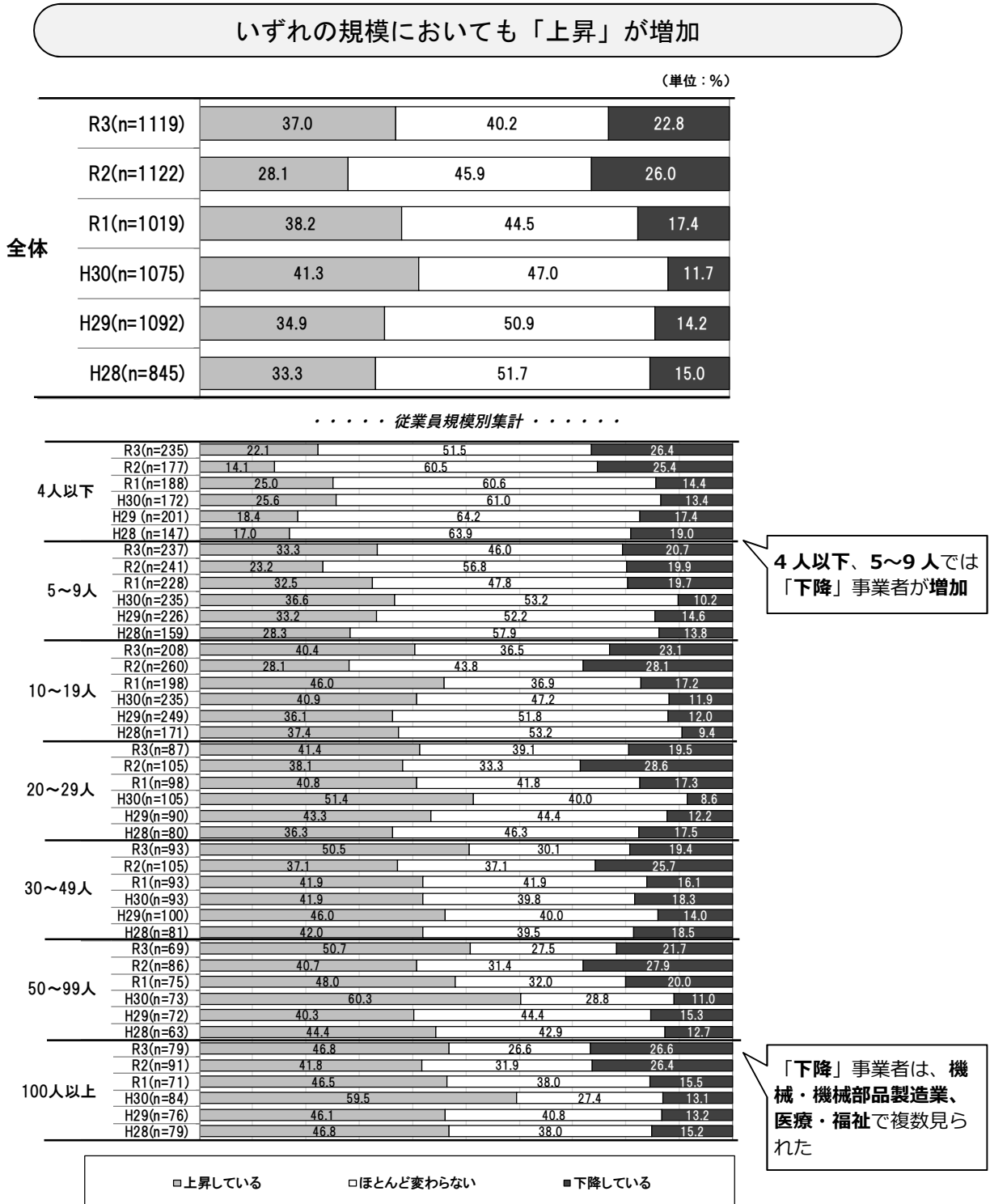
4 人以下では「上昇」
は 2 割強にとどまる

100 人以上で「下降」
が 26.6%と最も多い

□ 上昇している □ ほとんど変わらない ■ 下降している

《単一回答》

図 51 売上高に対する営業費用の割合の変化（過去調査との比較）



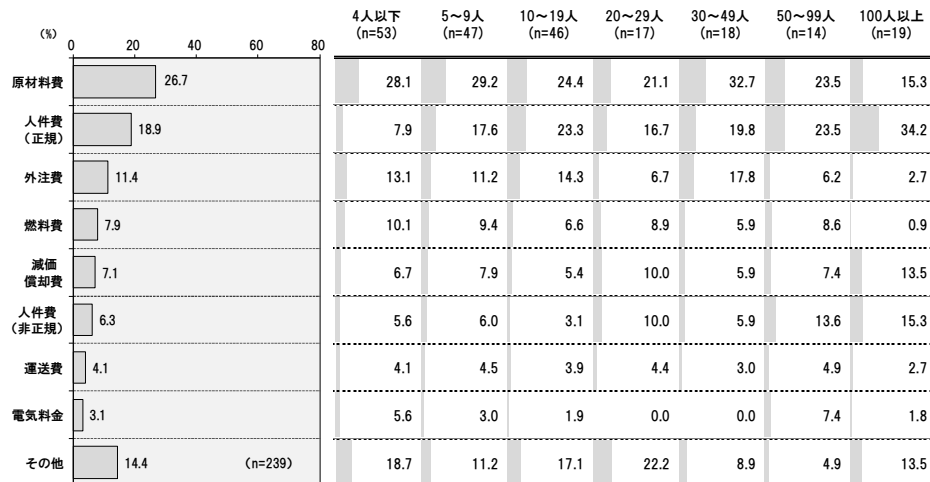
（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《ポイント割合》

図 52 売上高営業利益率が「改善」した理由（※ポイント割合²、従業員規模別）

※ 質問「売上高に対する営業費用の割合の変化」で「下降している」事業者を売上高営業利益率が「改善」した事業者として集計対象としている。

50 人以上で「人件費（正規・非正規）」がやや多い

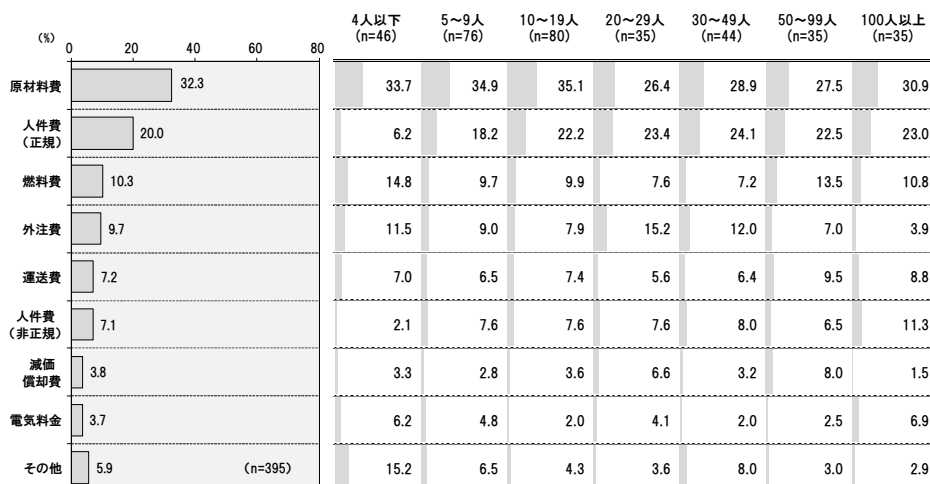


《ポイント割合》

図 53 売上高営業利益率が「悪化」した理由（※ポイント割合、従業員規模別）

※ 質問「売上高に対する営業費用の割合の変化」で「上昇している」事業者を売上高営業利益率が「悪化」した事業者として集計対象としている。

「原材料費」は 20 人未満でやや多い



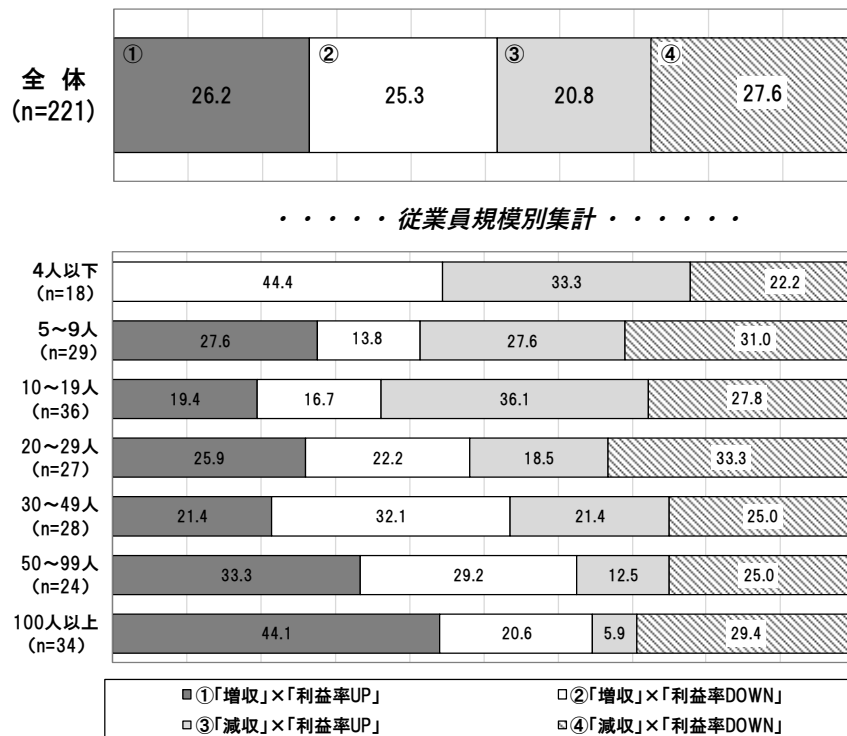
² 当質問では、原因となった費目を上位 3 つまで選択する形式で質問している。集計に際しては、1 位の費目に 3 ポイント、2 位の費目に 2 ポイント、3 位の費目に 1 ポイントを加算し、各費目の総ポイントが全体合計のポイントに占める割合をポイント割合として算出した。

《単一回答》

図 54 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業、従業員規模別）

※令和 3 年度調査ならびに平成 26 年調査に回答した企業のみ集計

「増収×利益率 UP」は 100 人以上で 44.1%、20 人未満では「減収」が約 6 割



（注）「利益率」は、売上高営業利益率を意味する。

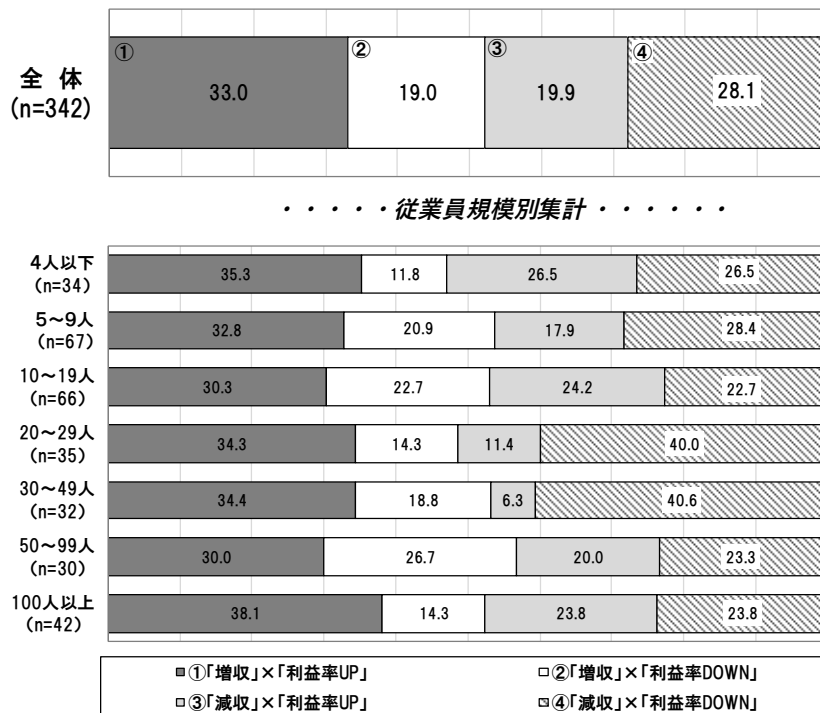
- ・「増収」×「利益率 UP」は、100 人以上、50～99 人で多い。
- ・「増収」×「利益率 DOWN」は、30～49 人、50～99 人で多い。
- ・「減収」×「利益率 UP」は、10～19 人、4 人以下で多い。
- ・「減収」×「利益率 DOWN」は、いずれの規模においても 2～3 割程度を占める。

《単一回答》

図 55 コロナ禍における業績変化（連続回答企業、従業員規模別）

※令和3年度調査ならびに令和元年調査に回答した企業のみ集計

いずれの規模においても「増収」×「利益率UP」が3割を超える

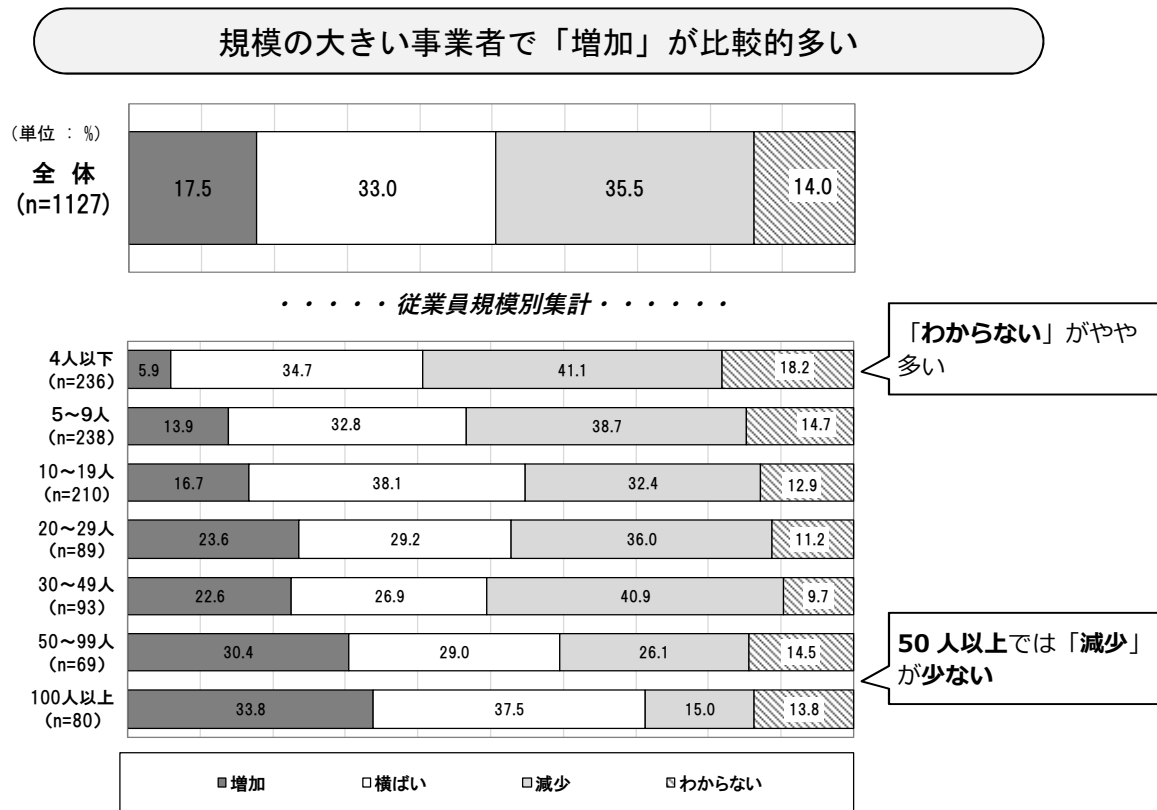


(注)「利益率」は、売上高営業利益率を意味する。

- ・「増収」×「利益率UP」は、100人以上で最も多いが、いずれの規模においても3割強
- ・「増収」×「利益率DOWN」は、50～99人で多い。
- ・「減収」×「利益率UP」は、10～19人、4人以下、100人以上で多い。
- ・「減収」×「利益率DOWN」は、30～49人、20～29人で4割を占める。

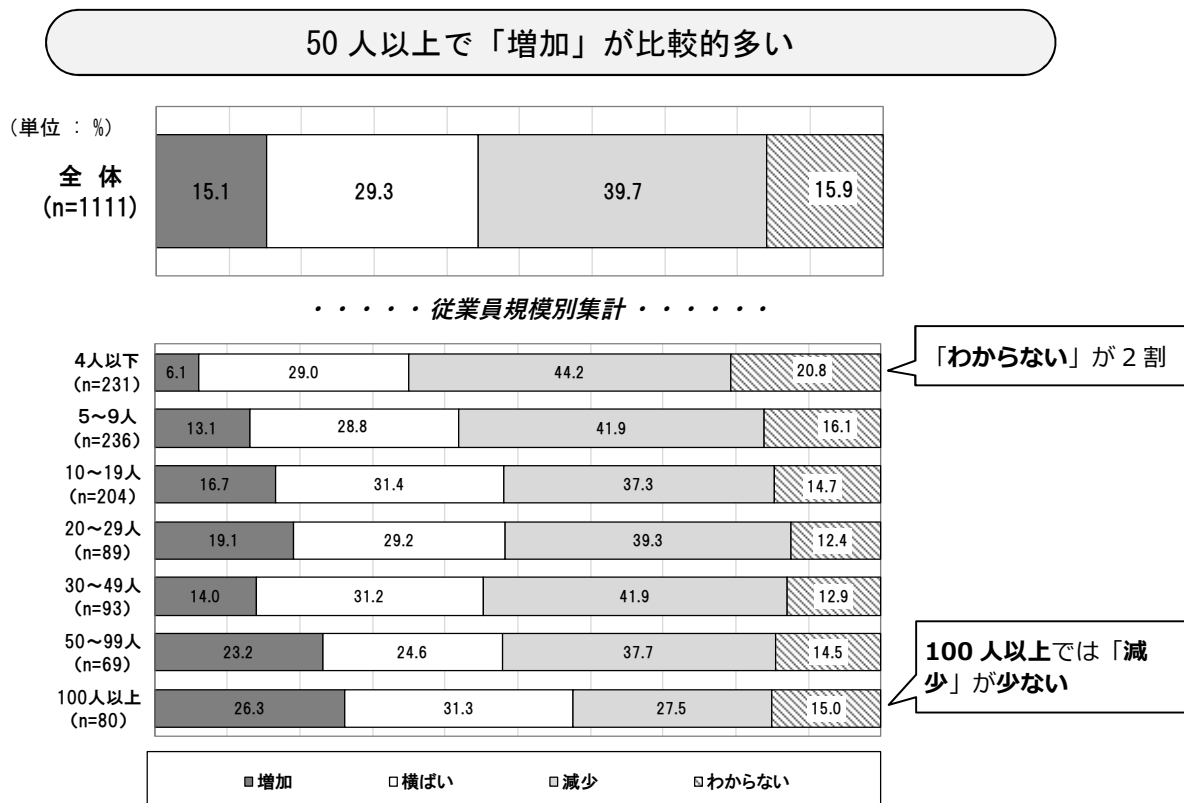
《単一回答》

図 56 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、従業員規模別）



《単一回答》

図 57 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、従業員規模別）



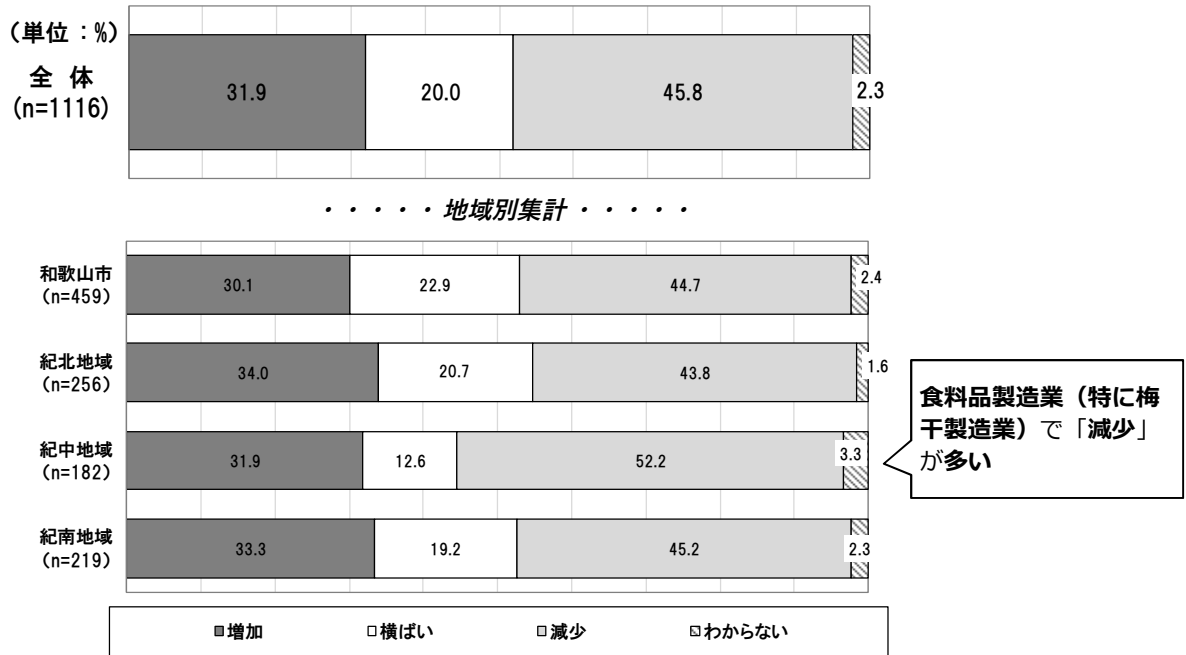
(参考)

地域別にみた直近 1 年間(令和 3 年度)の業績

《単一回答》

図 58 売上高の増減（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、地域別）

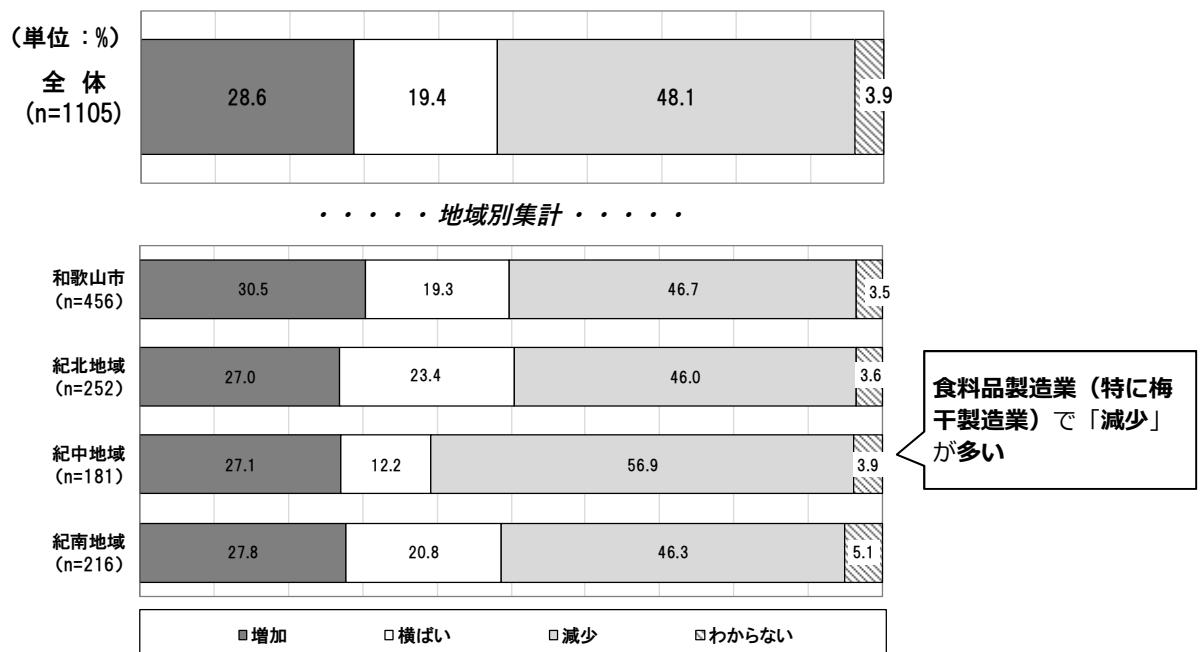
紀中地域で「減少」が過半数を占める



《単一回答》

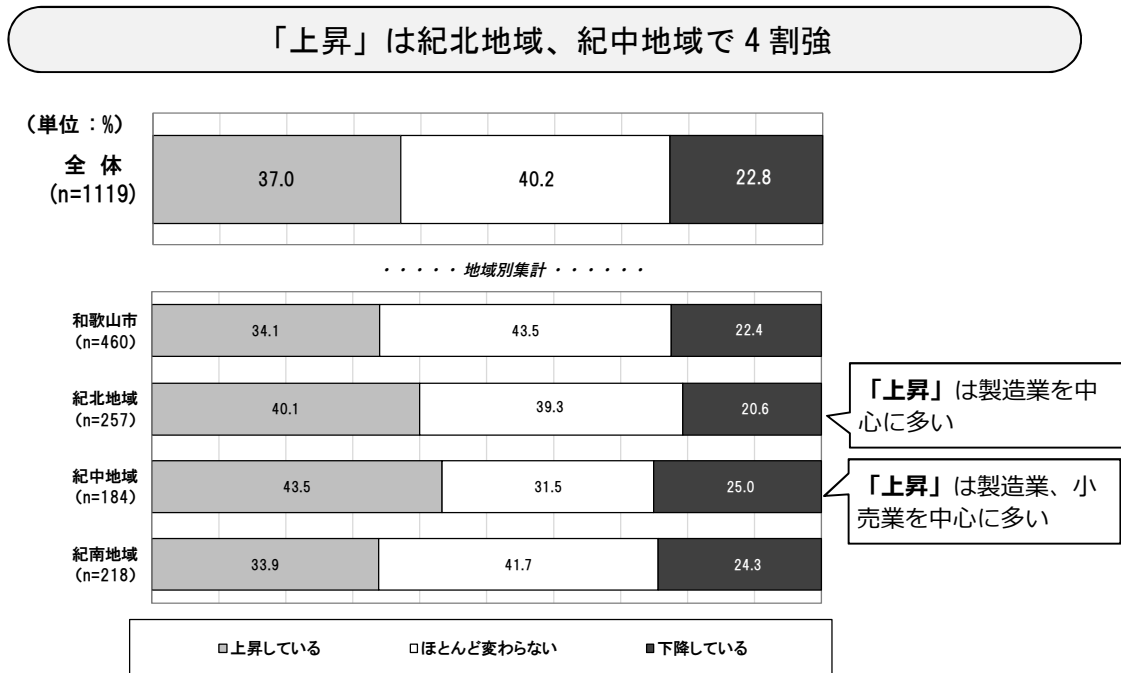
図 59 営業利益の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、地域別）

紀中地域において「減少」が 6 割弱を占める



《単一回答》

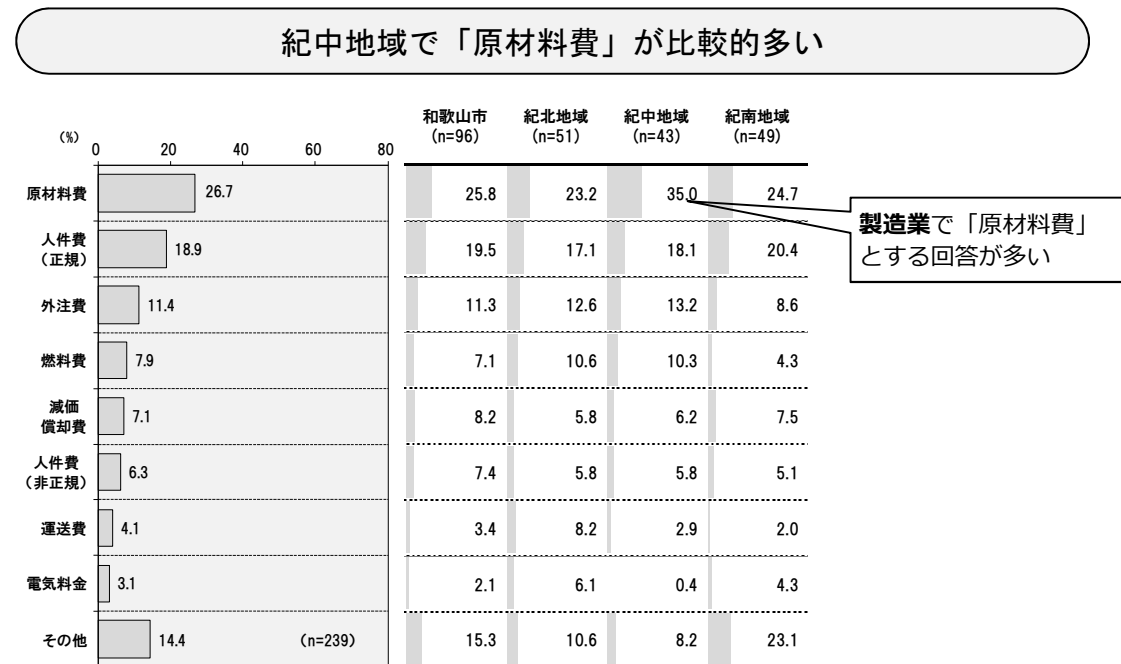
図 60 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、地域別）



《ポイント割合》

図 61 売上高営業利益率が「改善」した理由（※ポイント割合³、地域別）

※ 質問「売上高に対する営業費用の割合の変化」で「下降している」事業者を売上高営業利益率が「改善」した事業者として集計対象としている。



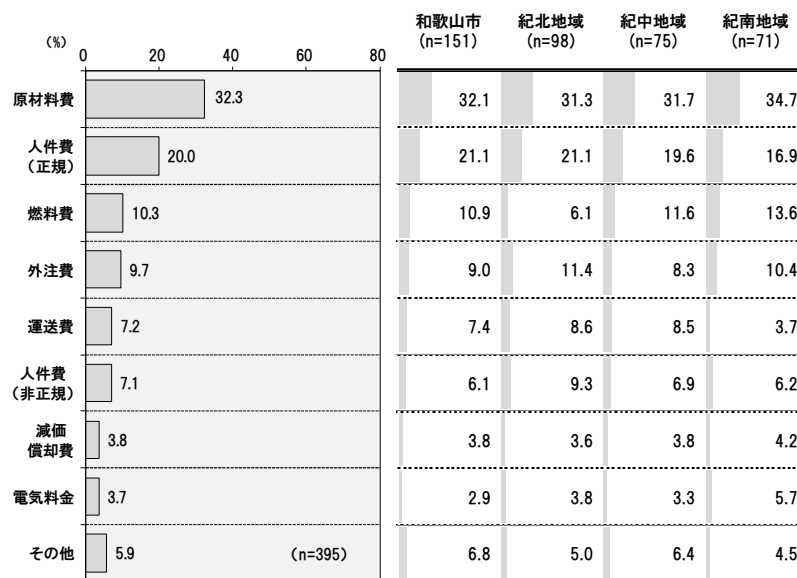
³ 当質問では、原因となった費目を上位 3 つまで選択する形式で質問している。集計に際しては、1 位の費目に 3 ポイント、2 位の費目に 2 ポイント、3 位の費目に 1 ポイントを加算し、各費目の総ポイントが全体合計のポイントに占める割合をポイント割合として算出した。

《ポイント割合》

図 62 売上高営業利益率が「悪化」した理由（※ポイント割合、地域別）

※ 質問「売上高に対する営業費用の割合の変化」で「上昇している」事業者を売上高営業利益率が「悪化」した事業者として集計対象としている。

地域による差はあまりなく、「原材料費」が最も多い

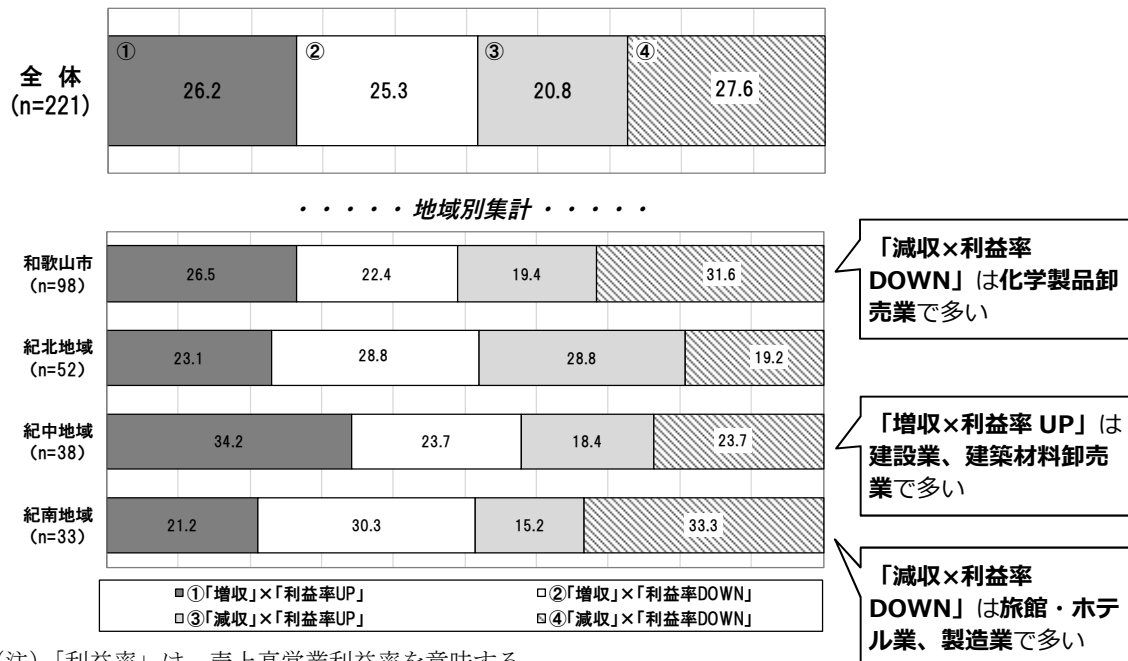


《単一回答》

図 63 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業、地域別）

※令和 3 年度調査ならびに平成 26 年調査に回答した企業のみ集計

「増収×利益率 UP」は紀中地域で多い、「減収×利益率 DOWN」は和歌山市、紀南地域で多い



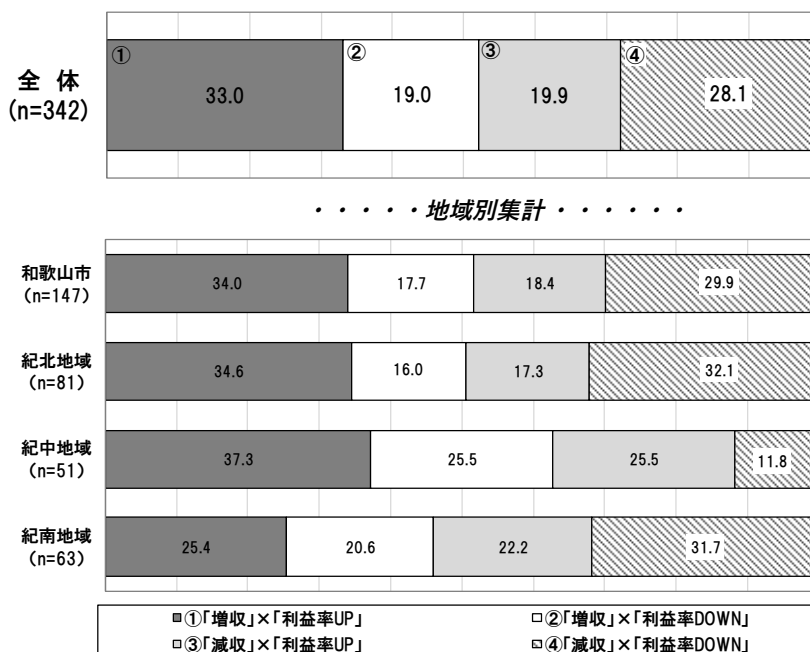
(注)「利益率」は、売上高営業利益率を意味する。

《単一回答》

図 64 コロナ禍における業績変化（連続回答企業、地域別）

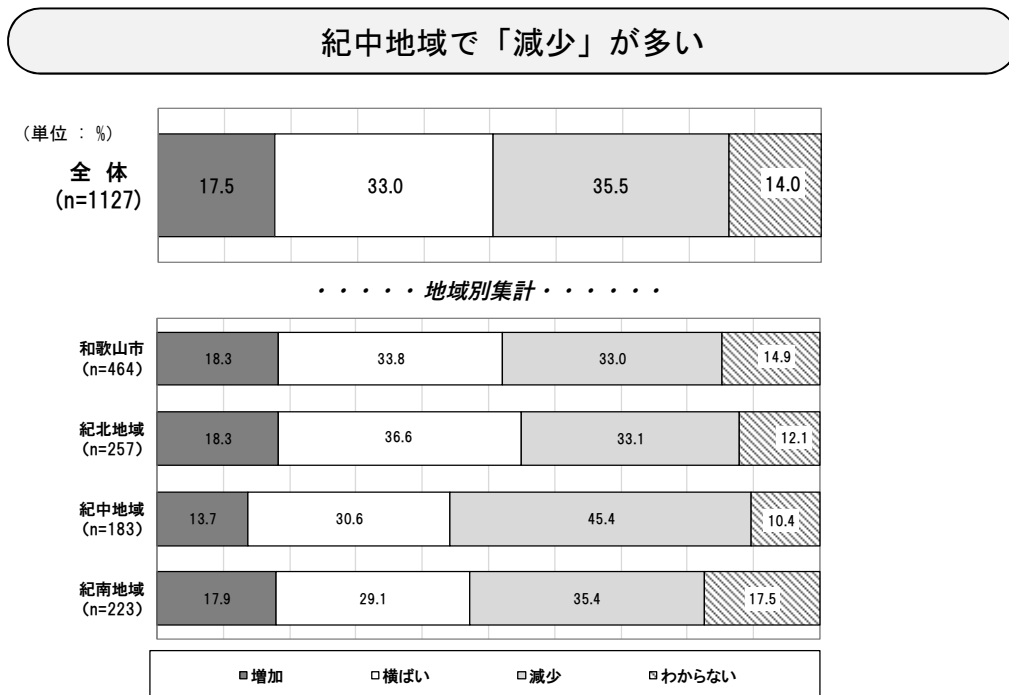
※令和 3 年度調査ならびに令和元年調査に回答した企業のみ集計

紀南地域を除く全ての地域で「増収」×「利益率 UP」が 3 割を超える



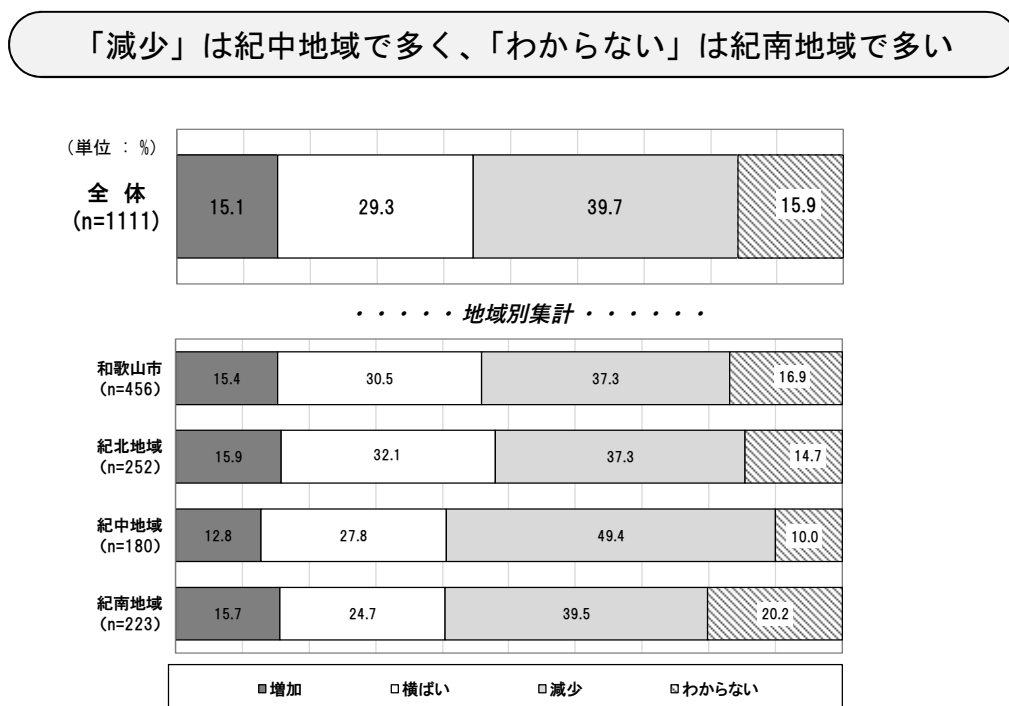
《単一回答》

図 65 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、地域別）



《単一回答》

図 66 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、地域別）



第3章 営業費用の増加分の販売価格への転嫁状況及び取引条件

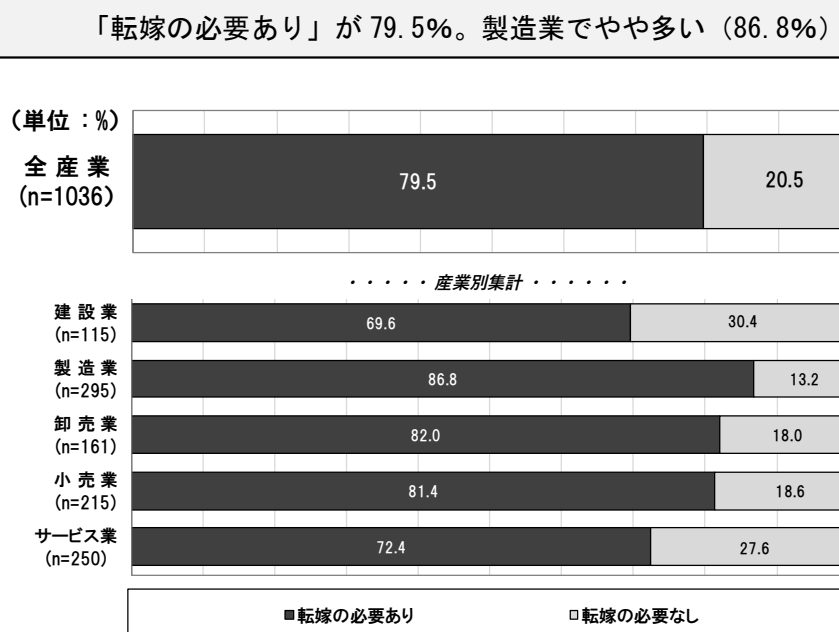
本章概要

原材料価格の上昇もあり、「転嫁の必要あり」とする事業者が増加
「十分に転嫁できている」は14.1%にとどまる一方で、「交渉中」は増加した

- 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁について、「転嫁の必要あり」とする事業者は79.5%を占める。その内、「十分に転嫁できている」は14.1% (p. 78-80)
- 「転嫁できていない」は前年調査に比べて減少(37.4%)。「交渉中」が増加 (p. 81)
※ 足下における急激な仕入価格上昇もあり、現時点では「交渉」段階の事業者が一定数見られる
- サービス業において「転嫁できていない」とする回答が比較的多い (p. 81)
- 「十分に転嫁できている」事業者では、「価格交渉の機会あり」、「(取引先が) 価格転嫁に理解あり」とする回答が比較的多い (p. 86)
- 取引先(販売先)との取引条件について、「改善」した事業者は8.6%。建設業では「改善」が16.8%を占め、前年調査から2.6ポイント増加 (p. 87-88)
- 取引慣行・業界独自の商慣習について、改善を望む事業者は3割強を占める。具体的には「長い支払いサイト」、「不当な値引き・慣行」等の改善を望んでいる (p. 89)

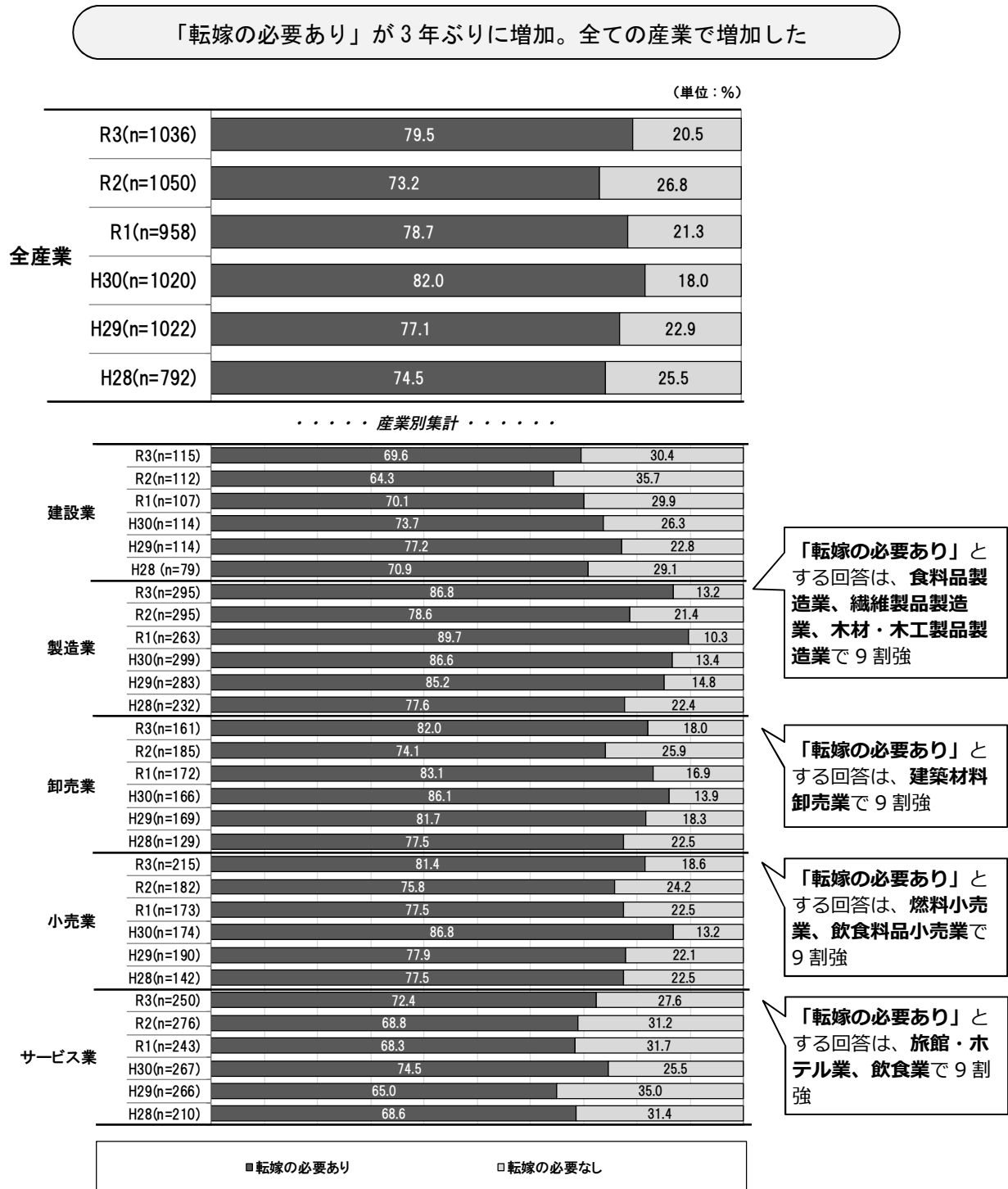
《単一回答》

図 67 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁の必要性



《単一回答》

図 68 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁の必要性（過去調査との比較）



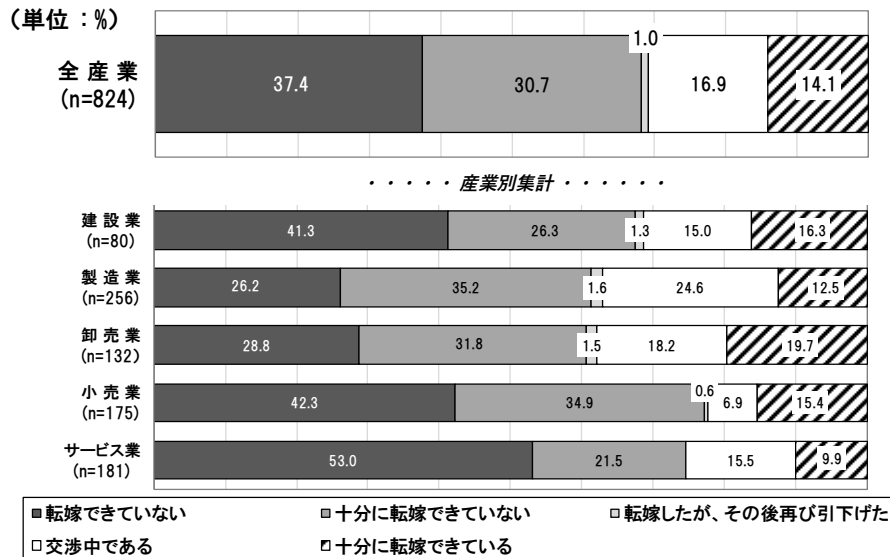
（注）図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

《単一回答》

図 69 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁状況

※ 営業費用の増加分について販売価格へ転嫁する「必要がある」とした事業者が集計対象。

「転嫁できていない」が 37.4%（サービス業では 5 割強）



従業員規模別

(単位：%)	有効回答数	転嫁できていない	十分に転嫁できていない	転嫁したが再び引下げた	交渉中である	十分に転嫁できている
全体	824	37.4	30.7	1.0	16.9	14.1
4人以下	162	43.8	32.7	0.6	11.7	11.1
5～9人	173	33.5	31.8	1.7	15.6	17.3
10～19人	156	39.1	31.4	1.3	14.7	13.5
20～29人	70	37.1	34.3	0.0	17.1	11.4
30～49人	72	38.9	22.2	0.0	22.2	16.7
50～99人	57	35.1	26.3	0.0	24.6	14.0
100人以上	53	34.0	30.2	0.0	28.3	7.5

「交渉中である」は従業員規模の大きい事業者で多い

地域別

(単位：%)	有効回答数	転嫁できていない	十分に転嫁できていない	転嫁したが再び引下げた	交渉中である	十分に転嫁できている
全体	824	37.4	30.7	1.0	16.9	14.1
和歌山市	339	33.6	31.9	0.6	19.2	14.7
紀北地域	196	33.7	35.2	1.5	19.9	9.7
紀中地域	134	38.8	33.6	1.5	10.4	15.7
紀南地域	155	49.0	20.0	0.6	13.5	16.8

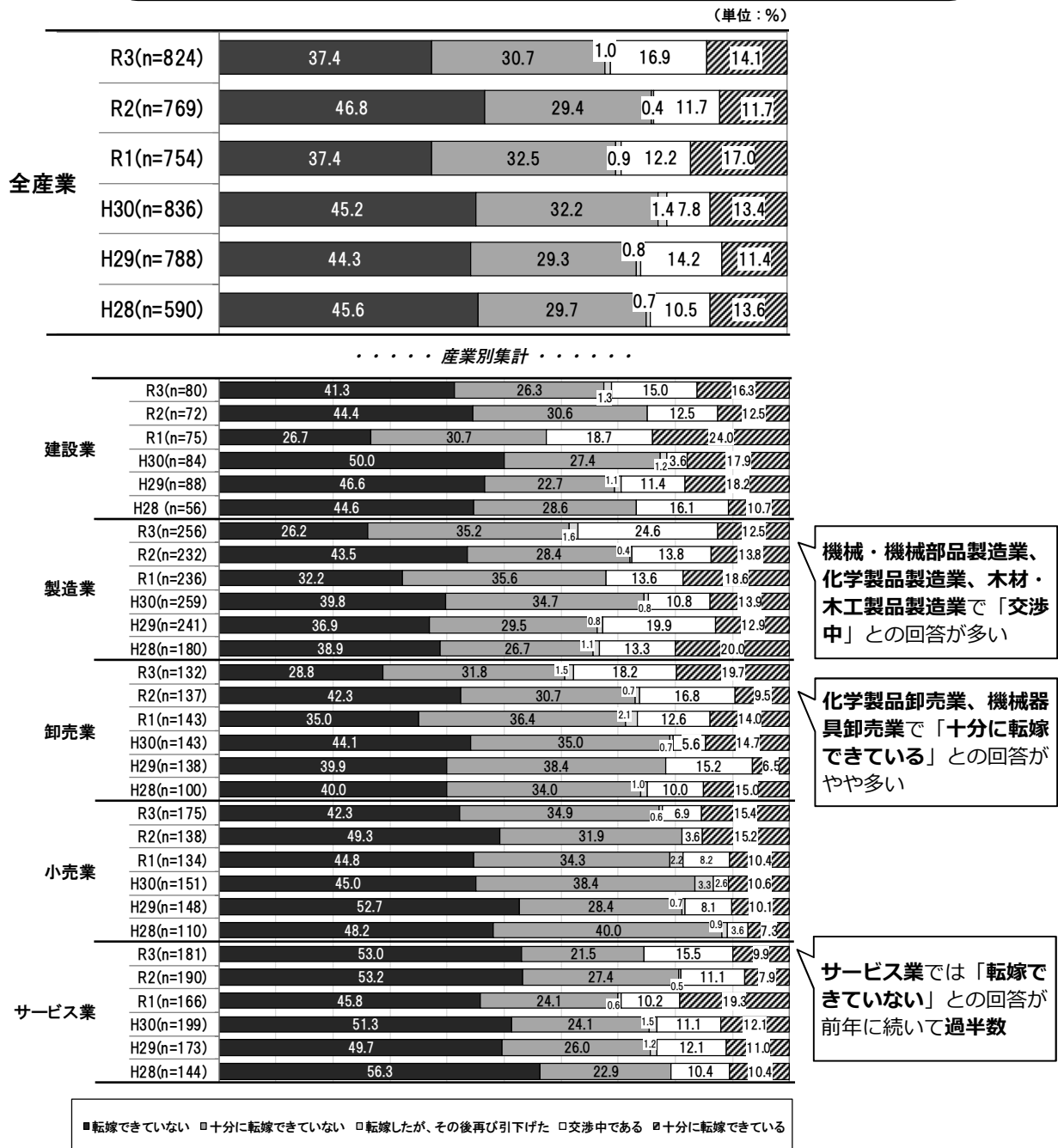
紀南地域では、転嫁が進まないサービス業が比較的多い

《単一回答》

図 70 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁状況（過去調査との比較）

※ 営業費用の増加分について販売価格へ転嫁する「必要がある」とした事業者が集計対象。

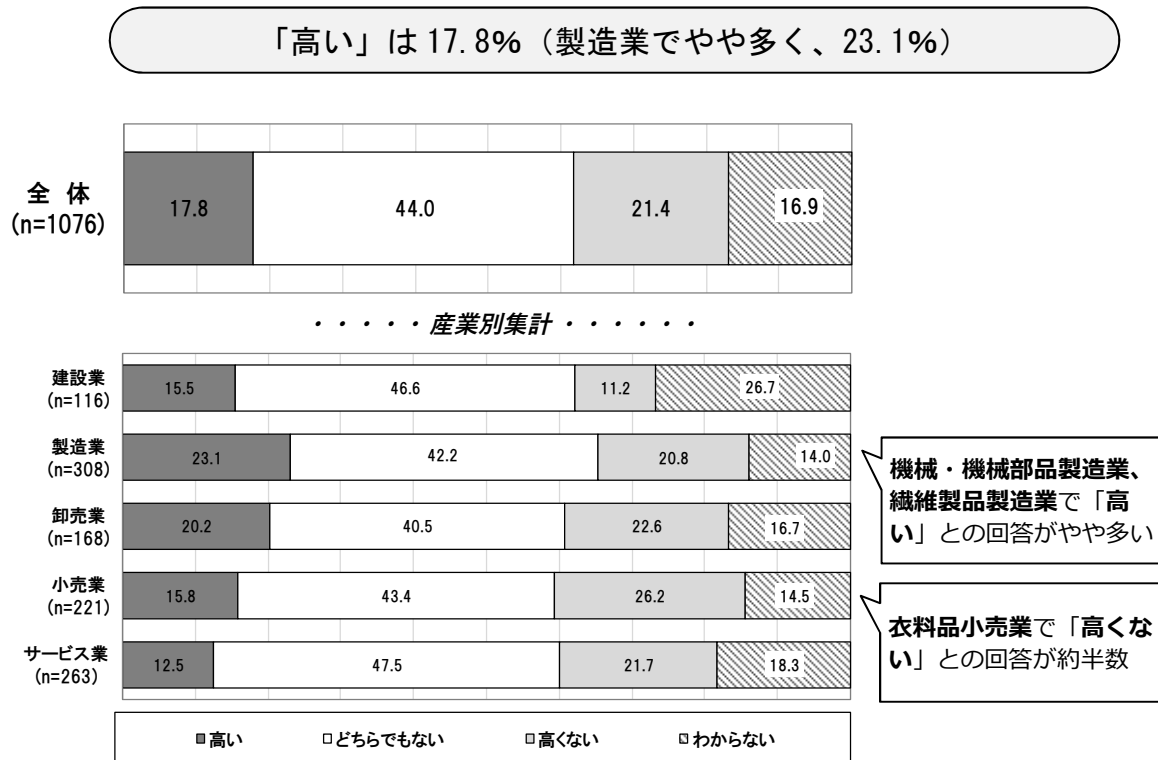
「転嫁できていない」は 9.4 ポイント減少。「交渉中」が増加



(注) 図中の「R3」は令和3年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」、「H29」、「H28」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

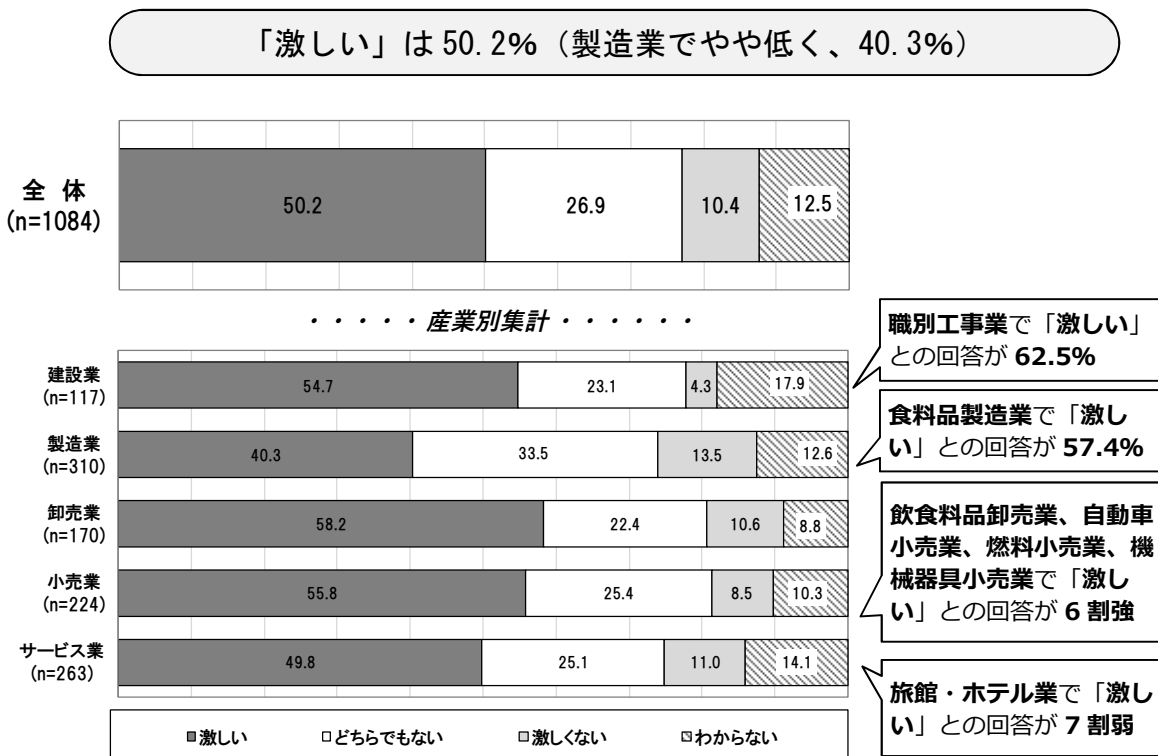
《単一回答》

図 71 自社の競争力（自社評価）



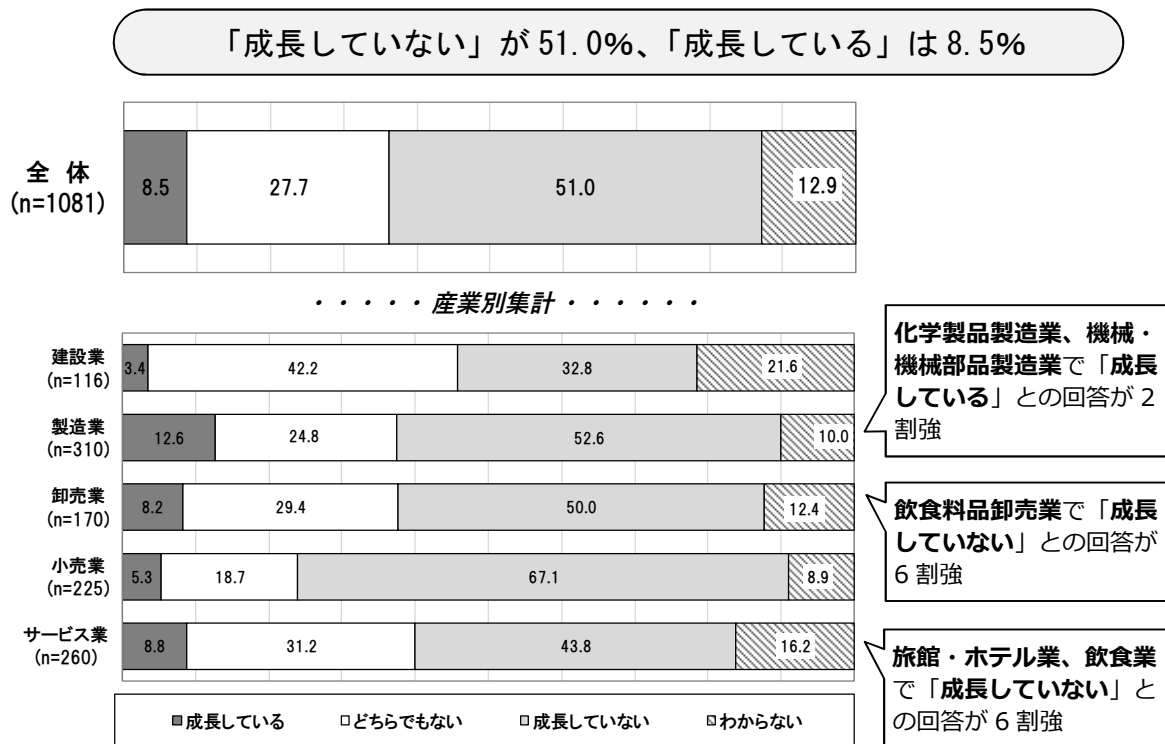
《単一回答》

図 72 自社業界の競争の激しさ（自社評価）



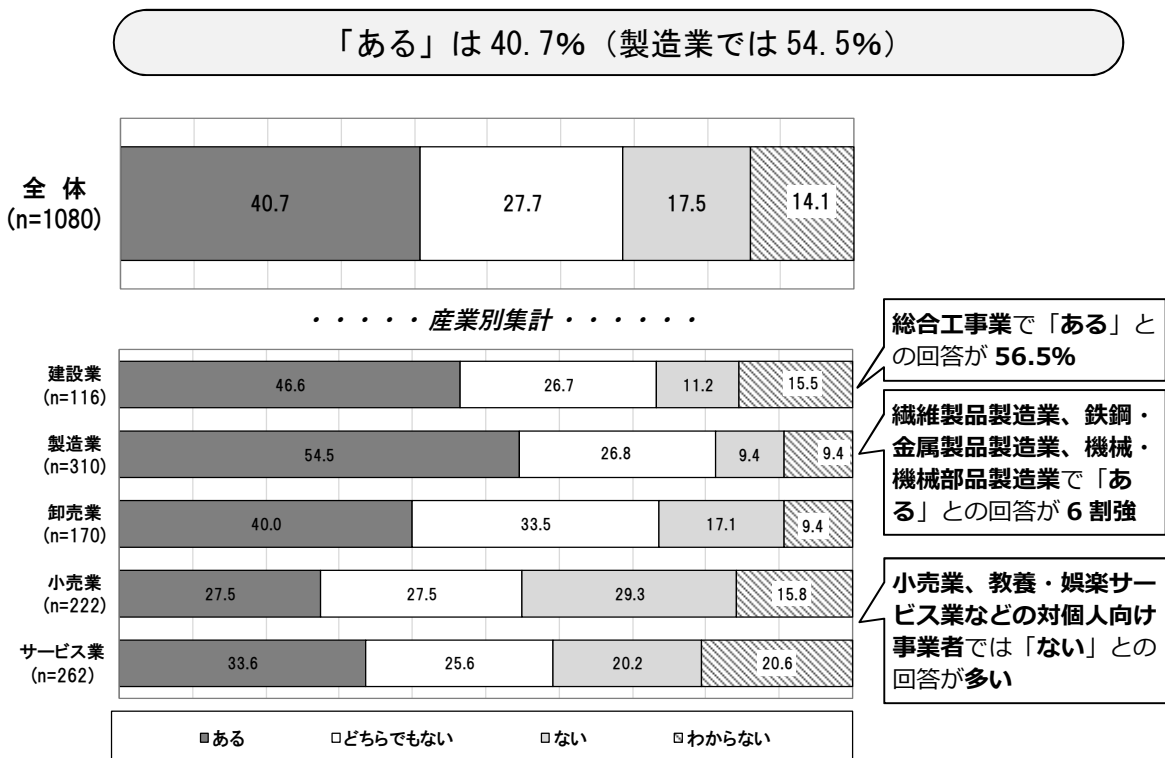
《単一回答》

図 73 自社業界の成長性（自社評価）



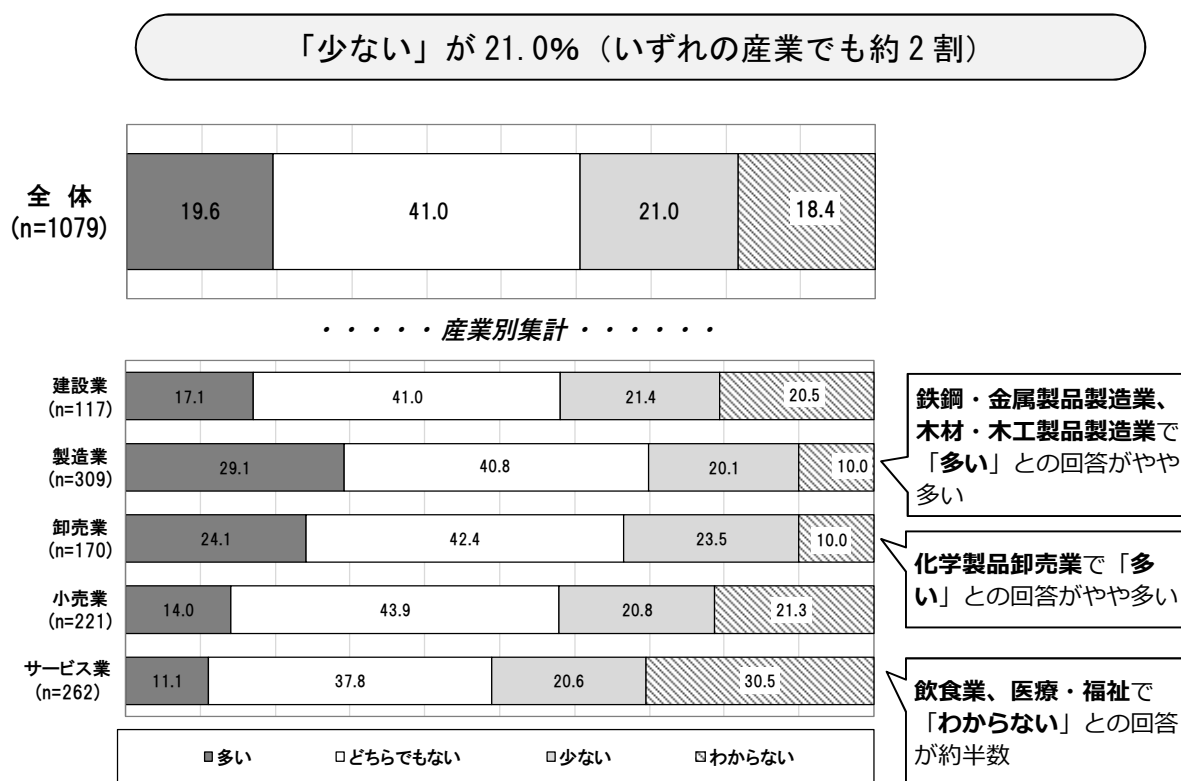
《単一回答》

図 74 取引先との価格交渉の機会（自社評価）



《単一回答》

図 75 価格転嫁に対して理解ある取引先の多さ（自社評価）



（参考）価格転嫁に関する自社評価のまとめ（産業別）

製造業では、いずれの項目も割合が高い

（※）「業界の競争激しい」は除く

	有効 回答数 (注)	競争力 あり	業界の 競争激しい	業界の 成長性高い	価格交渉の 機会あり	(取引先が) 価格転嫁に 理解あり
全産業	1076	17.8	50.2	8.5	40.7	19.6
建設業	116	15.5	54.7	3.4	46.6	17.1
製造業	308	23.1	40.3	12.6	54.5	29.1
卸売業	168	20.2	58.2	8.2	40.0	24.1
小売業	221	15.8	55.8	5.3	27.5	14.0
サービス業	263	12.5	49.8	8.8	33.6	11.1

（単位：％）

（注 1）ここでの有効回答数は「自社の競争力」に関する質問についてのものである。

（注 2）表内の値の読み方は、例えば左上の「17.8」であれば、「競争力あり」と回答した事業者が全産業では 17.8%だったことを意味している。

(参考) 価格転嫁に関する自社評価のまとめ(従業員規模別)

「価格転嫁に理解あり」は100人以上で最も少ない

(※)「業界の競争激しい」は除く

	有効 回答数 (注)	競争力 あり	業界の 競争激しい	業界の 成長性高い	価格交渉の 機会あり	(取引先が) 価格転嫁に 理解あり
全産業	1076	17.8	50.2	8.5	40.7	19.6
4人以下	222	8.6	43.3	3.6	29.0	18.3
5～9人	227	15.4	53.5	7.0	42.3	21.6
10～19人	202	19.3	54.9	8.4	37.9	20.1
20～29人	86	23.3	44.2	9.4	48.8	20.9
30～49人	91	22.0	48.4	8.7	46.2	25.3
50～99人	66	30.3	50.0	16.7	56.1	16.9
100人以上	75	24.0	60.5	18.4	47.4	13.3

(単位: %)

(注1) ここでの有効回答数は「自社の競争力」に関する質問についてのものである。

(注2) 表内の値の読み方は、例えば左上の「17.8」であれば、「競争力あり」と回答した事業者が全産業では17.8%だったことを意味している。

(参考) 価格転嫁に関する自社評価のまとめ(地域別)

紀北地域において、いずれの項目も割合が比較的高い

(※)「業界の競争激しい」は除く

	有効 回答数 (注)	競争力 あり	業界の 競争激しい	業界の 成長性高い	価格交渉の 機会あり	(取引先が) 価格転嫁に 理解あり
全体	1076	17.8	50.2	8.5	40.7	19.6
和歌山市	448	20.1	49.7	9.2	40.7	19.0
紀北地域	248	16.5	45.6	10.4	46.2	21.7
紀中地域	173	16.8	57.3	7.3	43.2	20.0
紀南地域	207	15.0	50.7	5.8	32.2	17.8

(単位: %)

建設業、運輸業、旅館・
ホテル業で「競争激し
い」との回答が特に多い

(注1) ここでの有効回答数は「自社の競争力」に関する質問についてのものである。

(注2) 表内の値の読み方は、例えば左上の「17.8」であれば、「競争力あり」と回答した事業者が全産業では17.8%だったことを意味している。

(参考) 価格転嫁に関する自社評価のまとめ (価格転嫁の状況別)

「十分に転嫁できている」事業者は、いずれの項目も割合が高い

(※)「業界の競争激しい」は除く

	有効 回答数 (注)	競争力 あり	業界の 競争激しい	業界の 成長性高い	価格交渉の 機会あり	(取引先が) 価格転嫁に 理解あり
全 体	1076	17.8	50.2	8.5	40.7	19.6
転嫁できていない	306	12.7	55.7	5.9	24.3	6.5
十分に転嫁できていない	113	15.7	59.4	6.0	37.6	15.7
転嫁したが再び引下げた	8	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0
交渉中である	138	28.3	43.5	9.5	65.7	28.5
十分に転嫁できている	113	26.5	41.6	13.9	59.1	50.4
転嫁の必要性がない	203	17.2	41.7	10.8	45.8	23.2

(単位：%)

(注 1) ここでの有効回答数は「自社の競争力」に関する質問についてのものである。

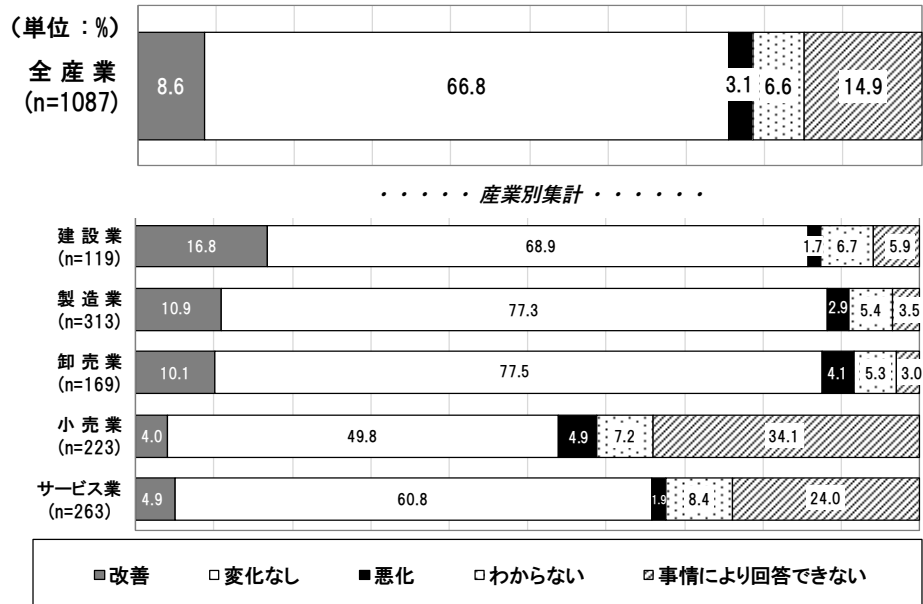
(注 2) 表内の値の読み方は、例えば左上の「17.8」であれば、「競争力あり」と回答した事業者が全産業では 17.8% だったことを意味している。

「価格交渉の機会あり」、
「価格転嫁に理解あり」
との回答が特に多い

《単一回答》

図 76 取引先（販売先）との取引条件の変化

「改善」事業者は 8.6%（建設業、卸売業、製造業で 1 割強）

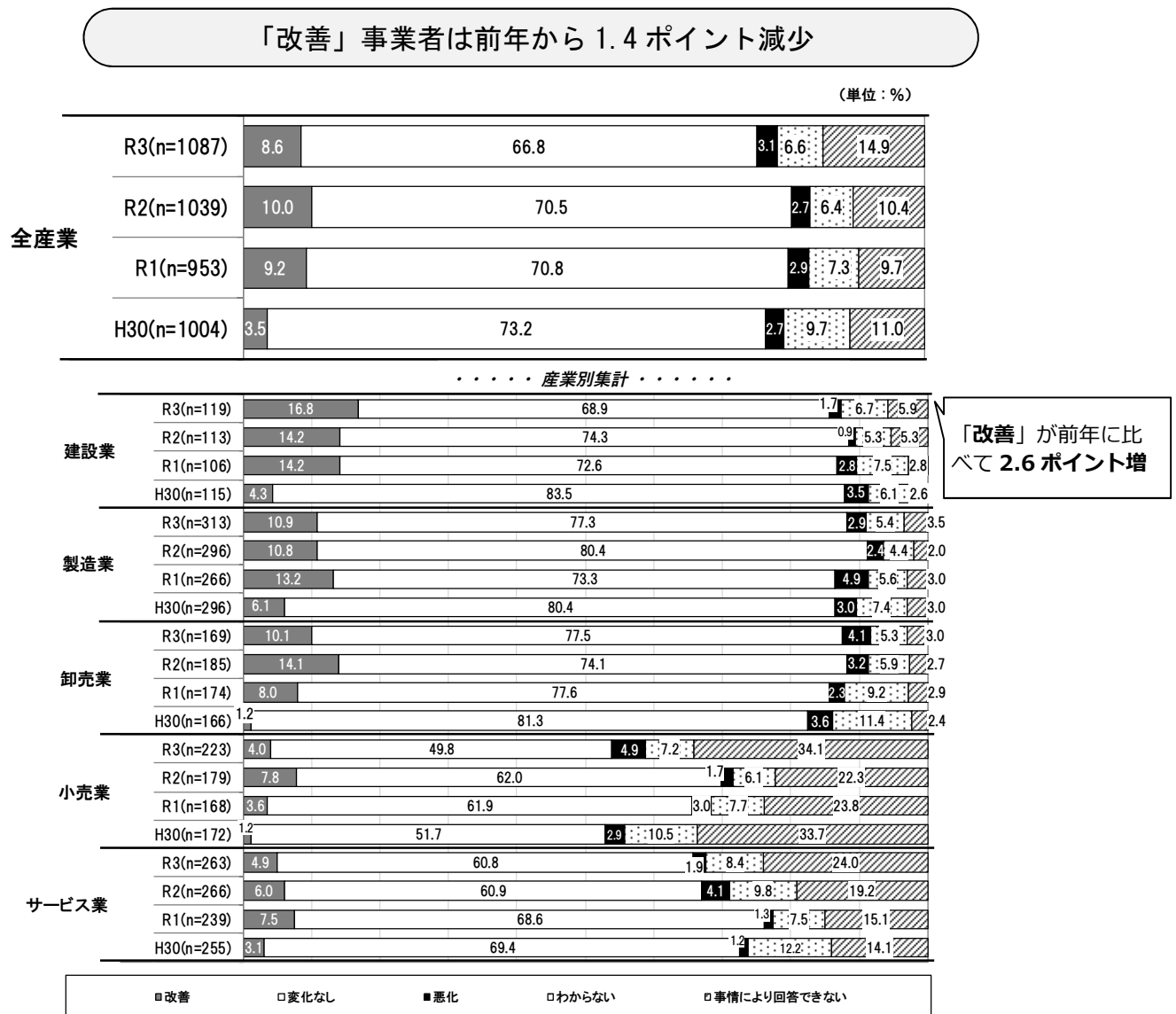


(注) 図中の「事情により回答できない」は、「販売先が消費者であるため回答できない」と同意。

・「改善」の事業者は、設備工事業、職別工事業、飲食料品卸売業、建築材料卸売業などでやや多い

《単一回答》

図 77 取引先（販売先）との取引条件の変化（過去調査との比較）



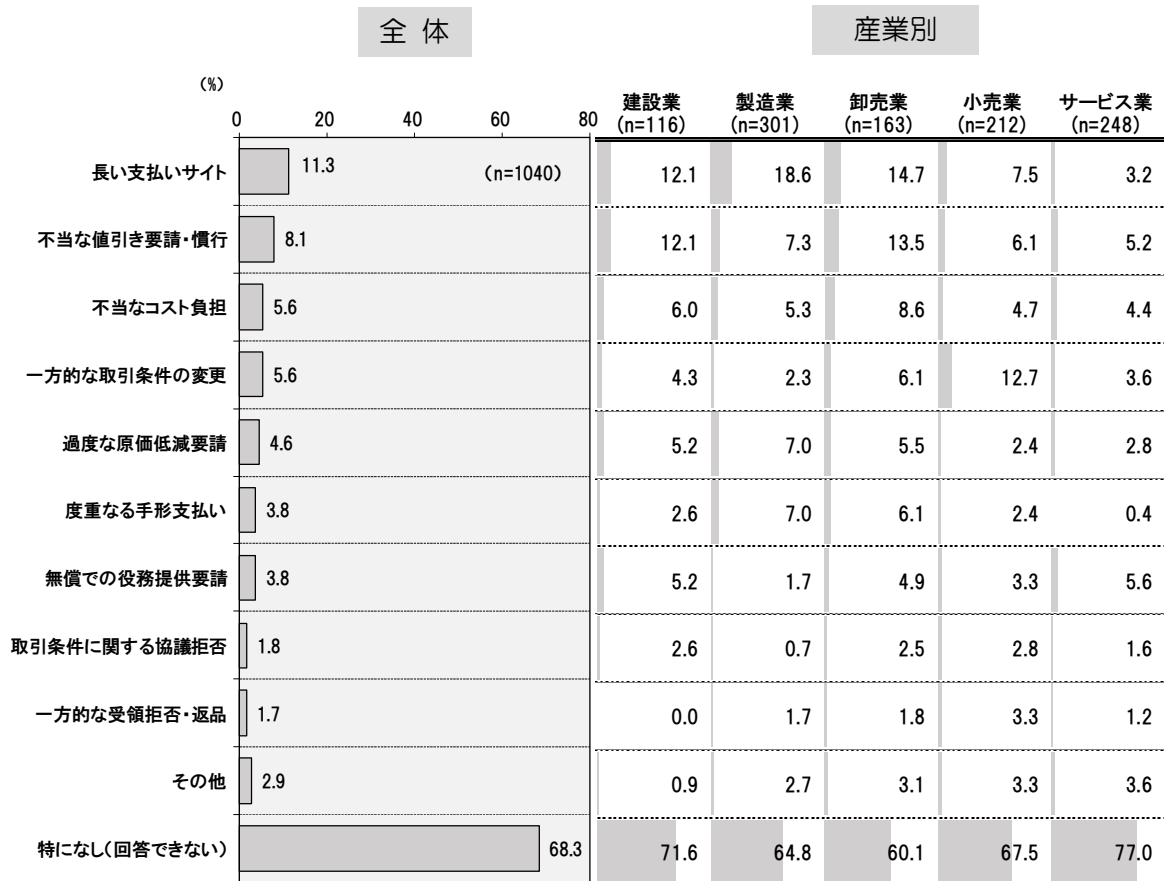
（注 1）図中の「R3」は令和 3 年度調査（当調査）であり、「R2」、「R1」、「H30」は過去に実施した「県内企業の経営実態調査」の回答結果。

（注 2）図中の「事情により回答できない」は、「販売先が消費者であるため回答できない」と同意。

《複数回答》

図 78 改善してほしい取引慣行・商慣習（産業別）

「長い支払いサイト」などの慣行改善を望む事業者は 3 割強



- ・「長い支払いサイト」は、製造業（特に繊維製品、化学製品）で回答が多い。
- ・「不当な値引き要請・慣行」は、卸売業（特に建築材、機械器具）で回答が多い。

《複数回答》

図 79 改善してほしい取引慣行・商慣習（従業員規模別・地域別）

「特になし」との回答は 50～99 人で最も少ない



「長い支払いサイト」、
「不当な値引き要請・慣
行」とともに和歌山市で回
答が多い

第4章 人事・労務

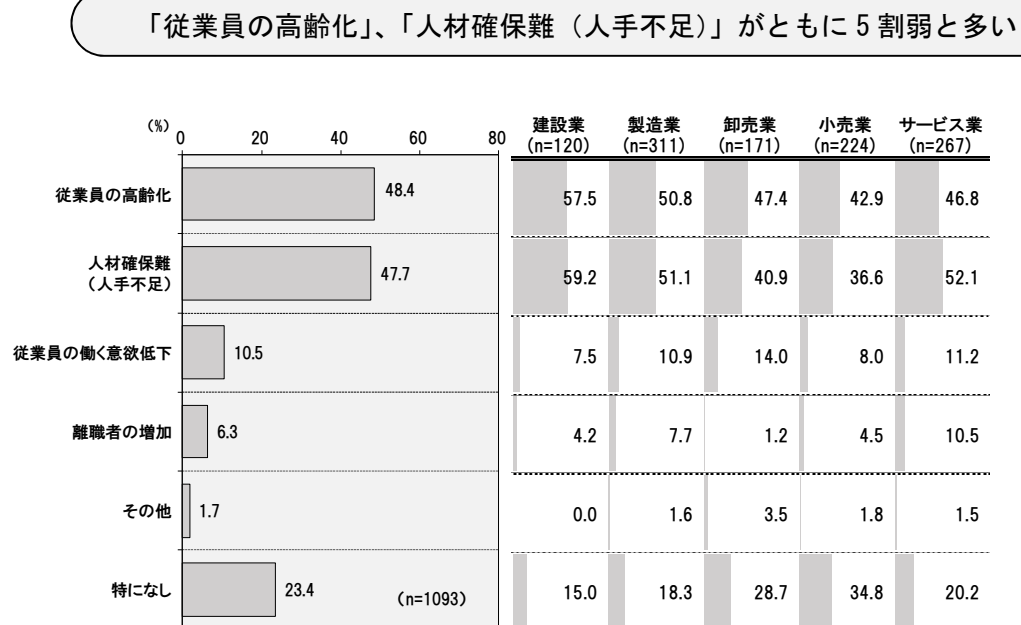
本章概要

県内事業者の約半数が「従業員の高齢化」、「人材確保難(人手不足)」に直面
「従業員の育成」、「賃金水準」について「課題がある」とする事業者がやや多い

- 県内事業者の約半数が「従業員の高齢化」、「人材確保難（人手不足）」に直面。「人材確保難（人手不足）」を課題とする事業者は、従業員規模の大きい事業者に多い（p. 91-93）
- 「職場環境」、「労働時間・休暇制度」、「職場の人間関係」について「（自社を）評価できる」とする事業者は比較的多いが、いずれも4割程度（p. 100）
- 「従業員の育成」、「賃金水準」について「課題がある」とする事業者がやや多い（p. 101）

＜複数回答＞

図 80 従業員に関する課題



《複数回答》

表 30 従業員に関する課題（業種別）

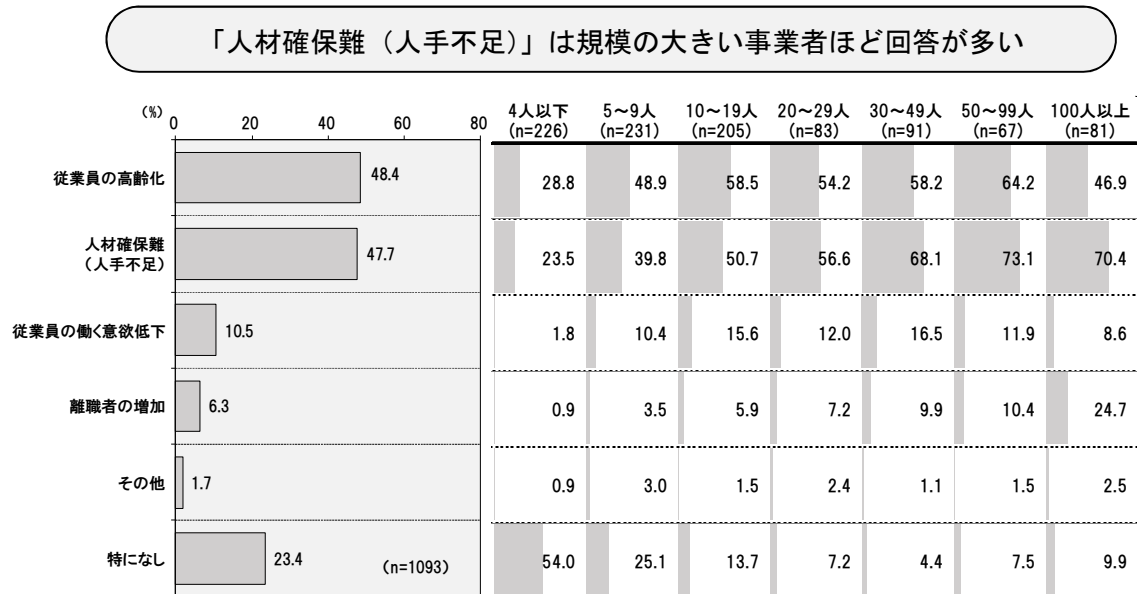
旅館・ホテル業、医療・福祉では、従業員について様々な課題を抱える事業者が多い

	有効 回答数	従業員の 高齢化	人材確保難 （人手不足）	従業員の 働く意欲低下	離職者の増加	その他	特になし
全産業	1093	48.4	47.7	10.5	6.3	1.7	23.4
建設業	120	57.5	59.2	7.5	4.2	0.0	15.0
総合工事業	46	71.7	65.2	10.9	4.3	0.0	10.9
職別工事業	35	48.6	51.4	5.7	5.7	0.0	25.7
設備工事業	39	48.7	59.0	5.1	2.6	0.0	10.3
製造業	311	50.8	51.1	10.9	7.7	1.6	18.3
食料品製造業	55	45.5	61.8	5.5	9.1	3.6	12.7
繊維製品製造業	45	55.6	46.7	8.9	2.2	0.0	20.0
木材・木工製品製造業	31	54.8	41.9	3.2	3.2	0.0	22.6
化学製品製造業	29	55.2	48.3	13.8	6.9	3.4	24.1
鉄鋼・金属製品製造業	37	37.8	73.0	8.1	8.1	2.7	13.5
機械・機械部品製造業	52	46.2	61.5	15.4	15.4	0.0	17.3
その他の製造業	62	59.7	29.0	17.7	6.5	1.6	21.0
商業（卸売）	171	47.4	40.9	14.0	1.2	3.5	28.7
飲食料品卸売業	34	38.2	47.1	23.5	2.9	0.0	20.6
建築材料卸売業	40	47.5	42.5	7.5	0.0	5.0	27.5
機械器具卸売業	32	59.4	34.4	12.5	0.0	6.3	25.0
化学製品卸売業	29	48.3	41.4	10.3	0.0	3.4	34.5
その他の卸売業	36	44.4	38.9	16.7	2.8	2.8	36.1
商業（小売）	224	42.9	36.6	8.0	4.5	1.8	34.8
衣料品小売業	23	47.8	21.7	4.3	0.0	4.3	34.8
飲食料品小売業	34	44.1	44.1	8.8	5.9	2.9	35.3
生活・文化用品小売業	40	25.0	35.0	10.0	0.0	2.5	47.5
自動車小売業	27	51.9	51.9	3.7	3.7	3.7	22.2
燃料小売業	42	42.9	33.3	9.5	7.1	0.0	35.7
機械器具小売業	30	50.0	23.3	13.3	3.3	0.0	33.3
その他の小売業	28	46.4	46.4	3.6	10.7	0.0	28.6
サービス業	267	46.8	52.1	11.2	10.5	1.5	20.2
不動産業	32	34.4	25.0	12.5	0.0	0.0	43.8
運輸業	49	65.3	51.0	16.3	12.2	0.0	8.2
旅館・ホテル業	39	61.5	69.2	17.9	23.1	5.1	10.3
飲食業	26	26.9	46.2	11.5	7.7	3.8	26.9
医療・福祉	25	40.0	84.0	12.0	24.0	0.0	8.0
生活関連サービス業	15	60.0	40.0	6.7	0.0	0.0	13.3
教養・娯楽サービス業	23	34.8	43.5	8.7	8.7	4.3	21.7
その他のサービス業	58	41.4	51.7	3.4	5.2	0.0	27.6

（単位：％）

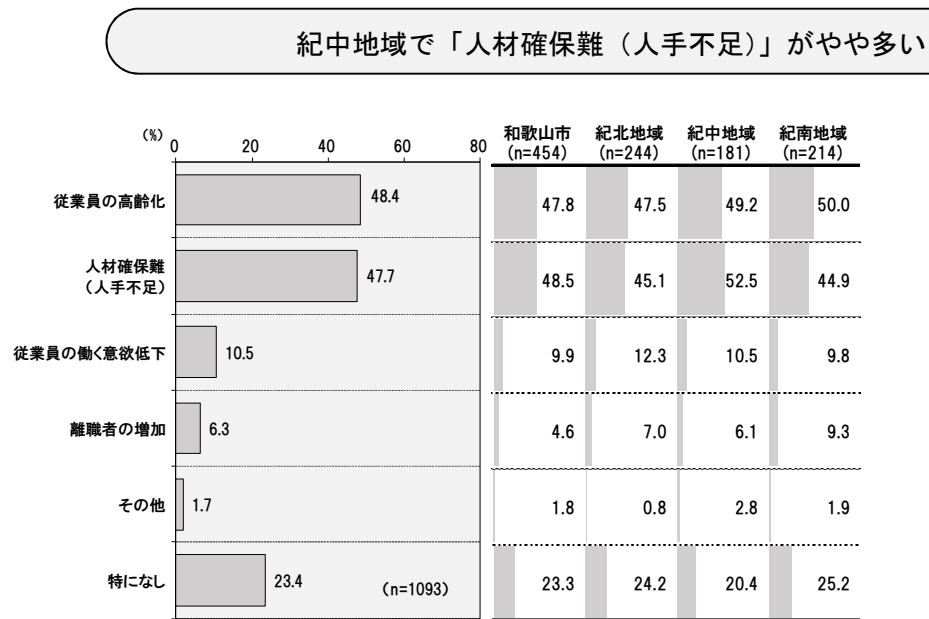
《複数回答》

図 81 従業員に関する課題（従業員規模別）



《複数回答》

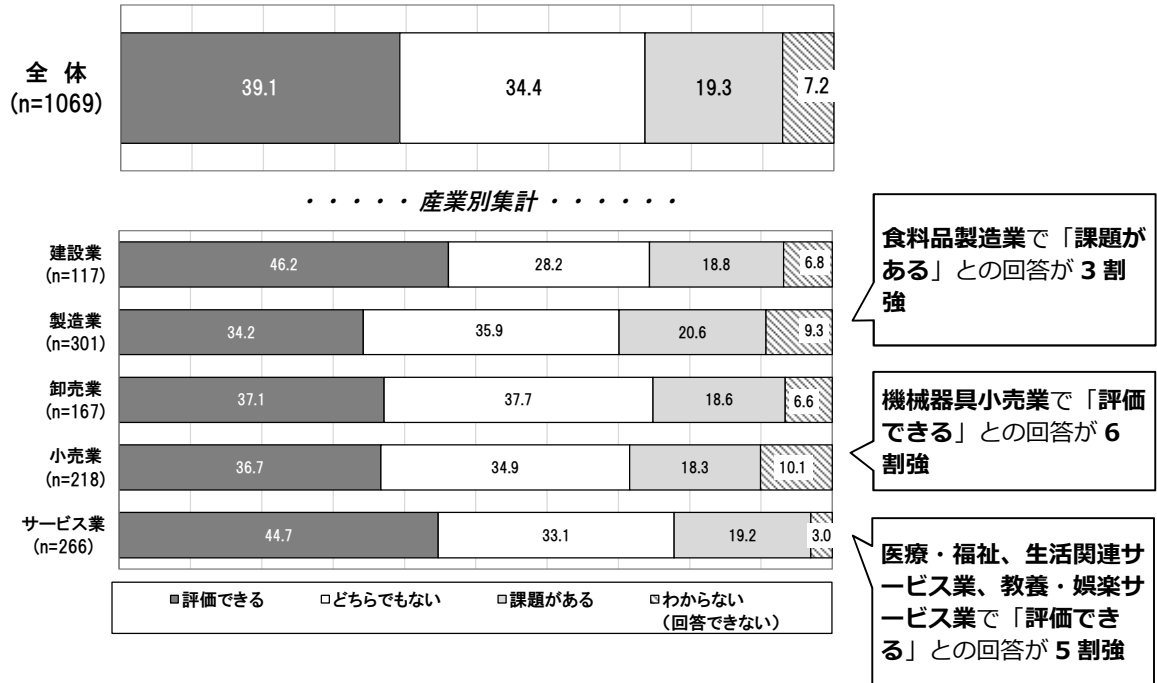
図 82 従業員に関する課題（地域別）



《単一回答》

図 83 仕事の内容・やりがい（自社評価）

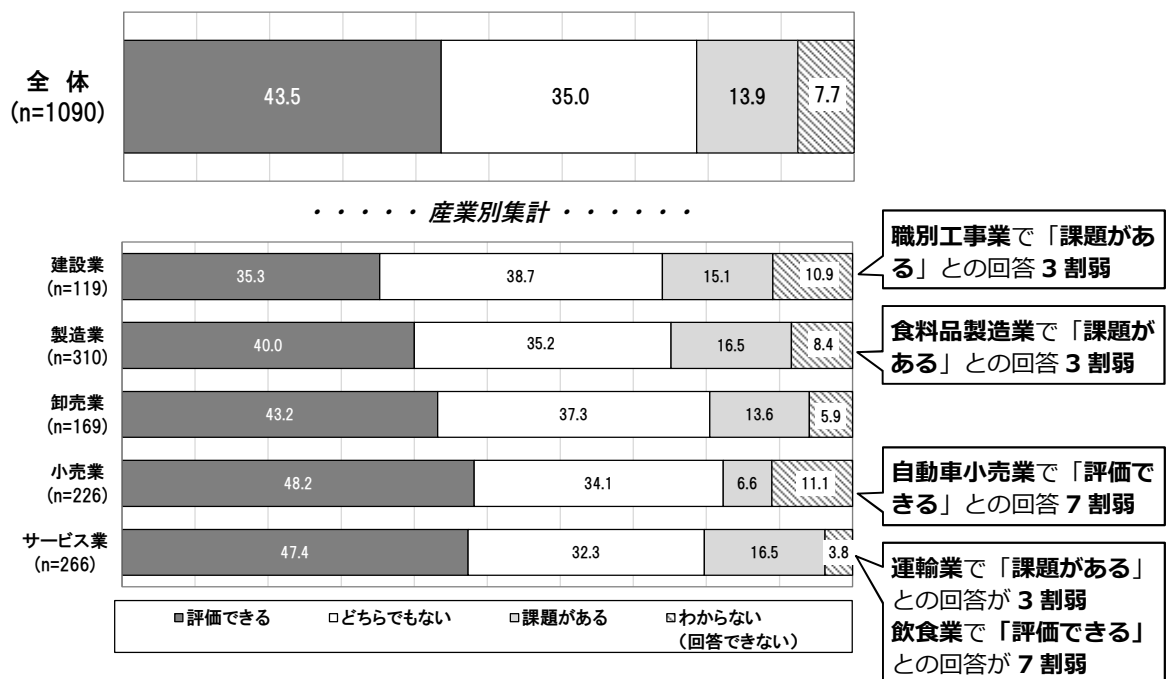
「評価できる」が 39.1%（建設業、サービス業で多い）



《単一回答》

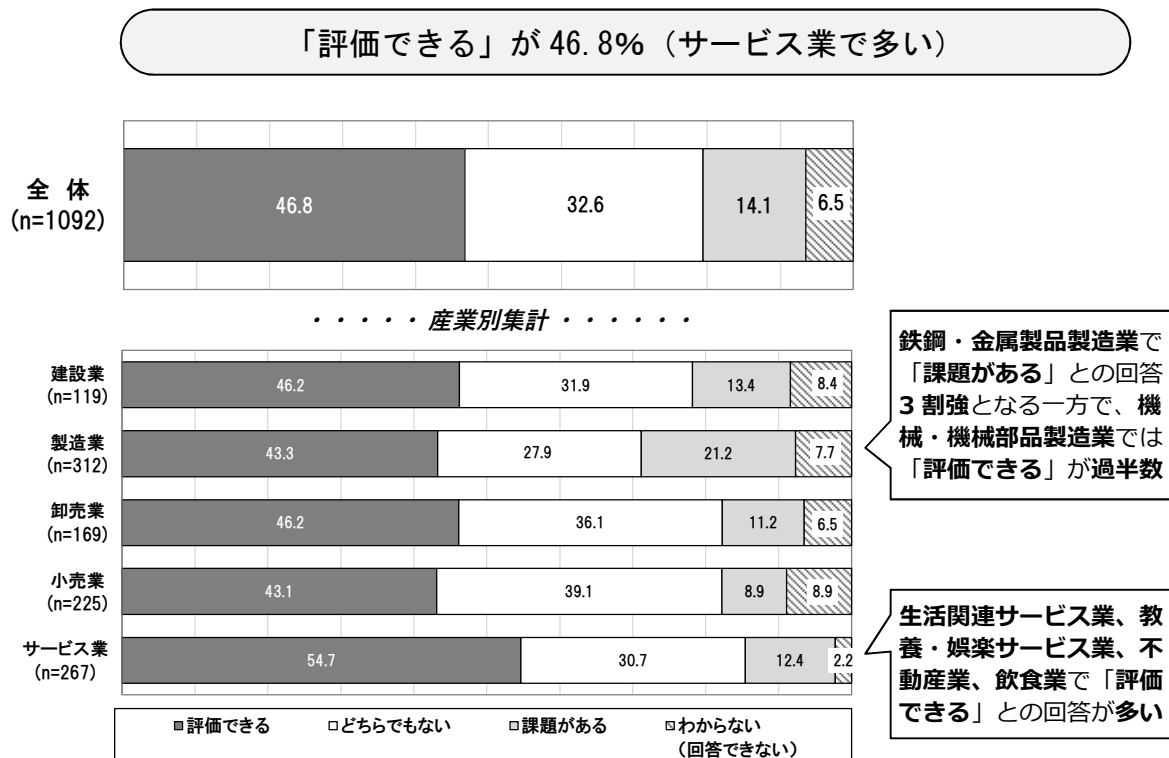
図 84 職場の人間関係（自社評価）

「評価できる」が 43.5%（サービス業、小売業で多い）



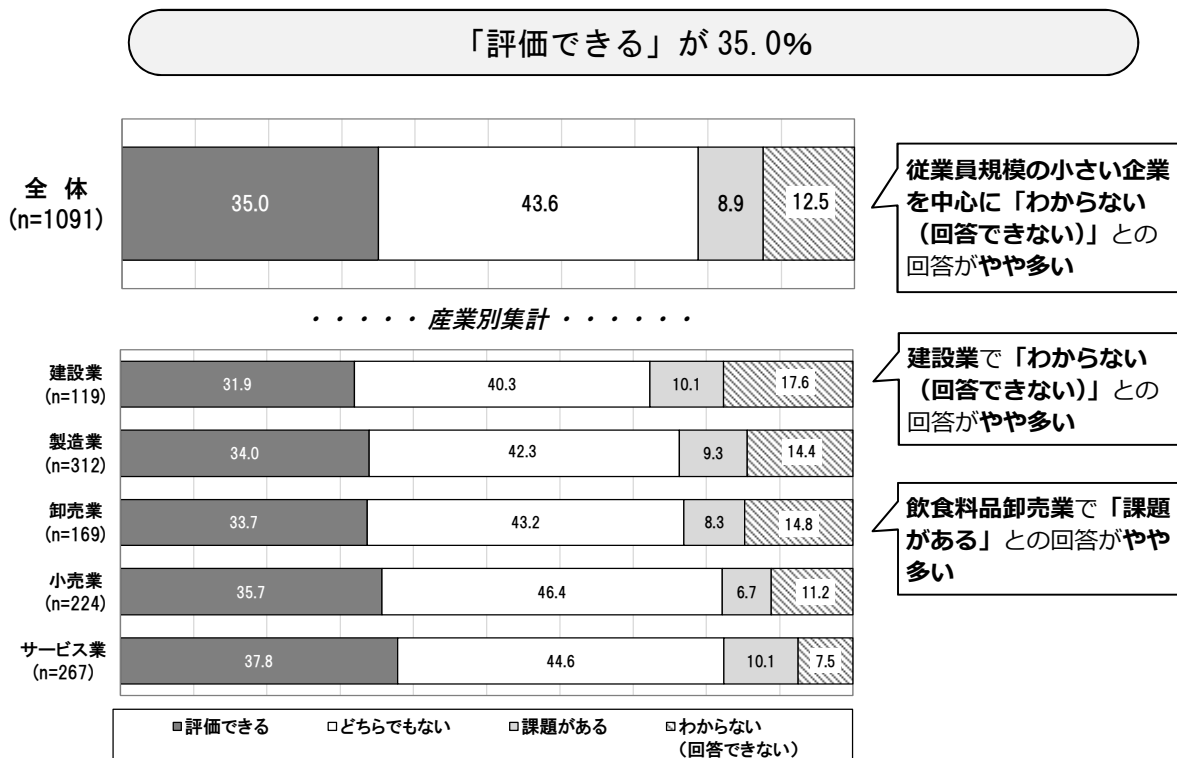
《単一回答》

図 85 職場環境[安全・衛生、快適性]（自社評価）



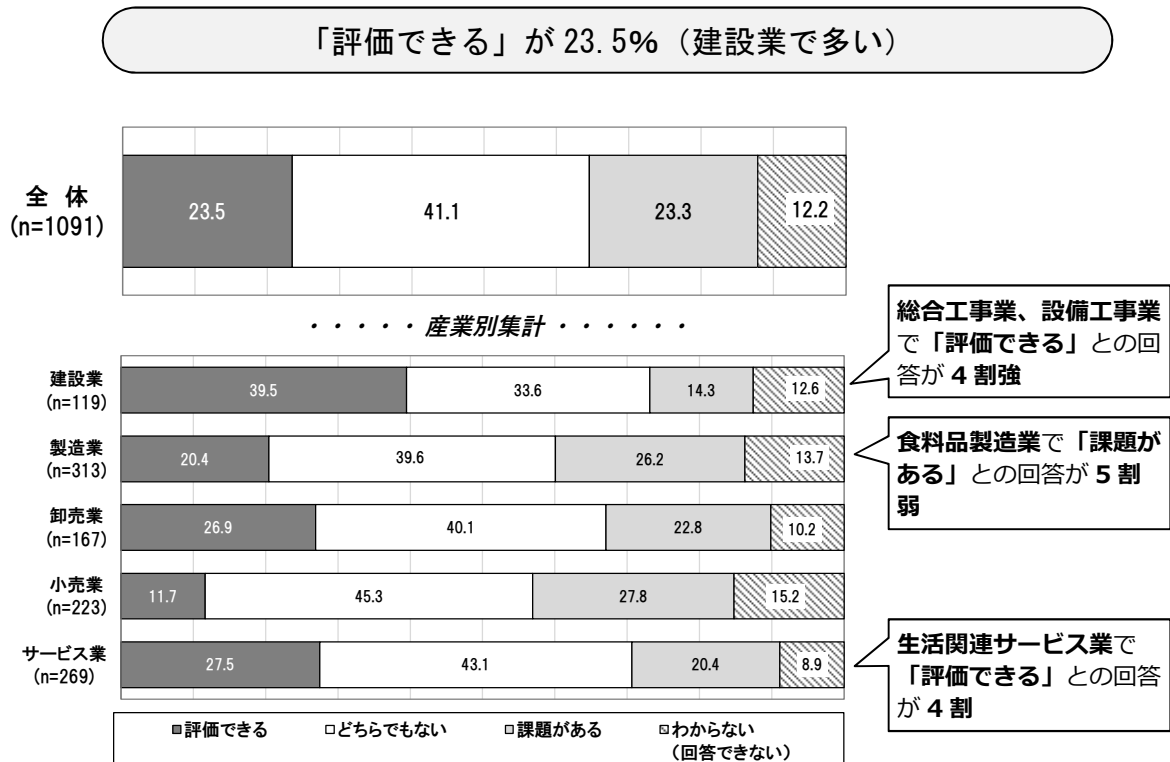
《単一回答》

図 86 従業員の心の健康確保（自社評価）



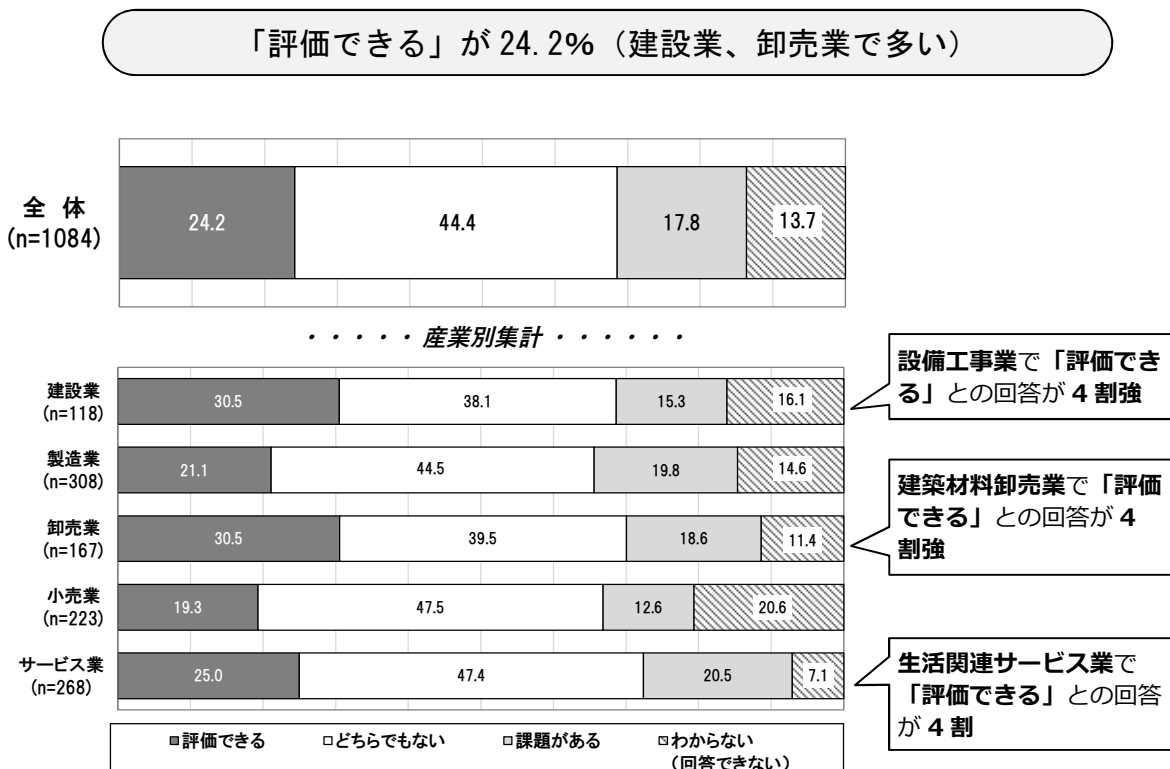
《単一回答》

図 87 賃金水準（自社評価）



《単一回答》

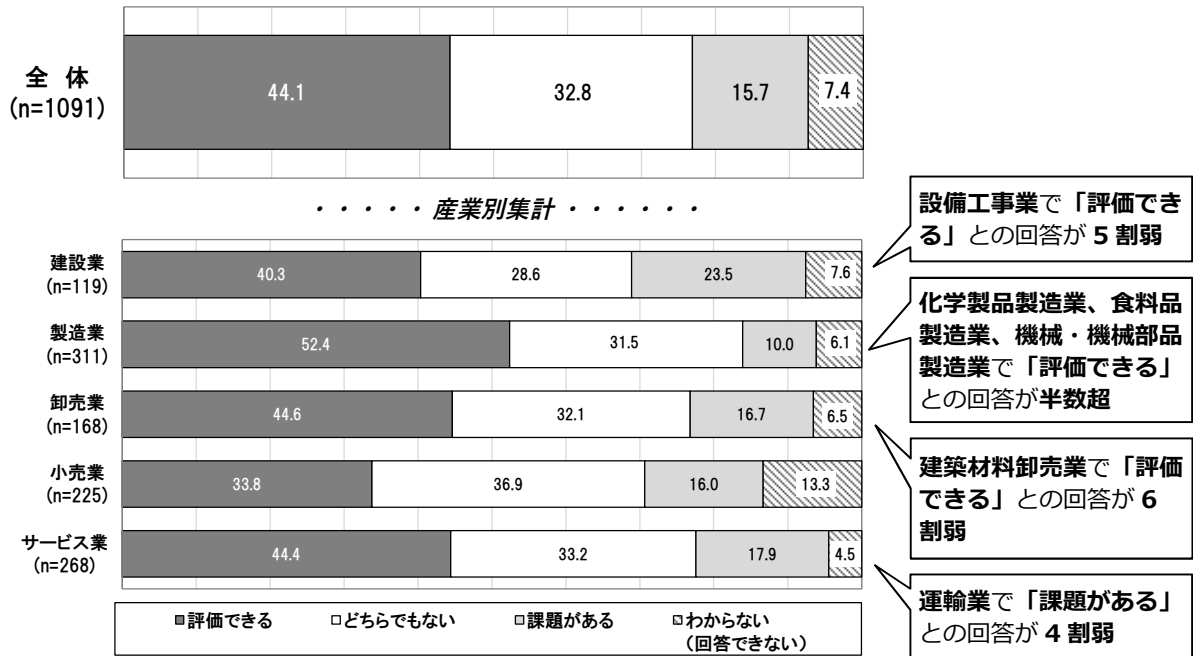
図 88 人事評価・処遇（自社評価）



《単一回答》

図 89 労働時間・休暇制度（自社評価）

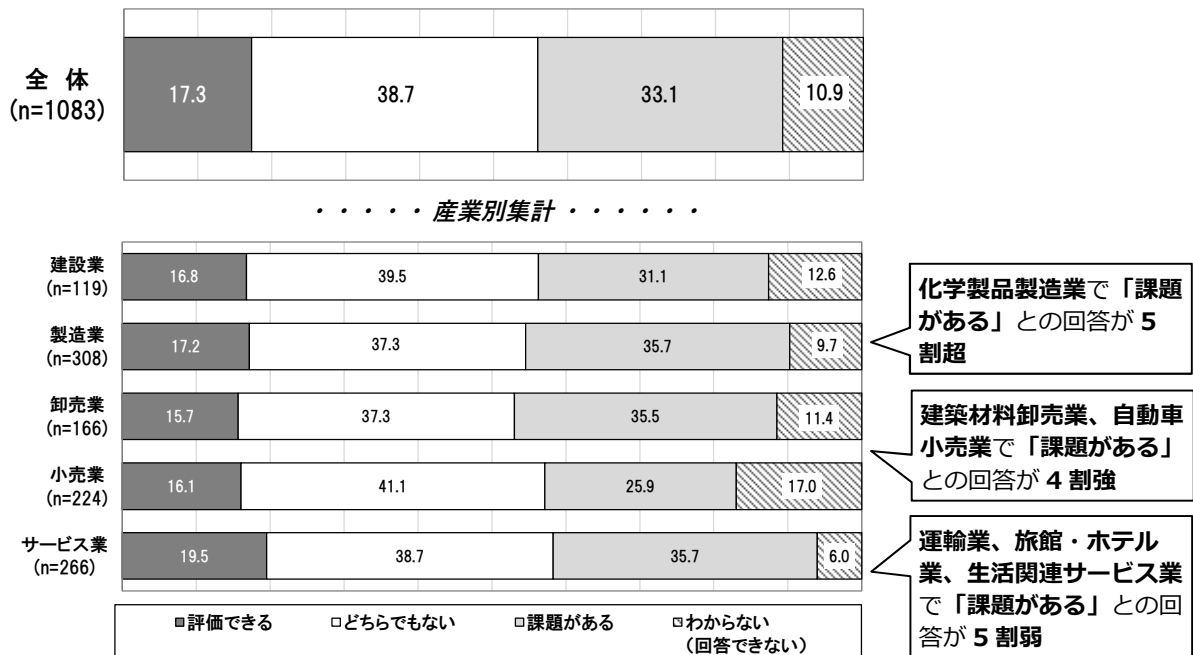
「評価できる」が 44.1%（製造業では 52.4%と多い）



《単一回答》

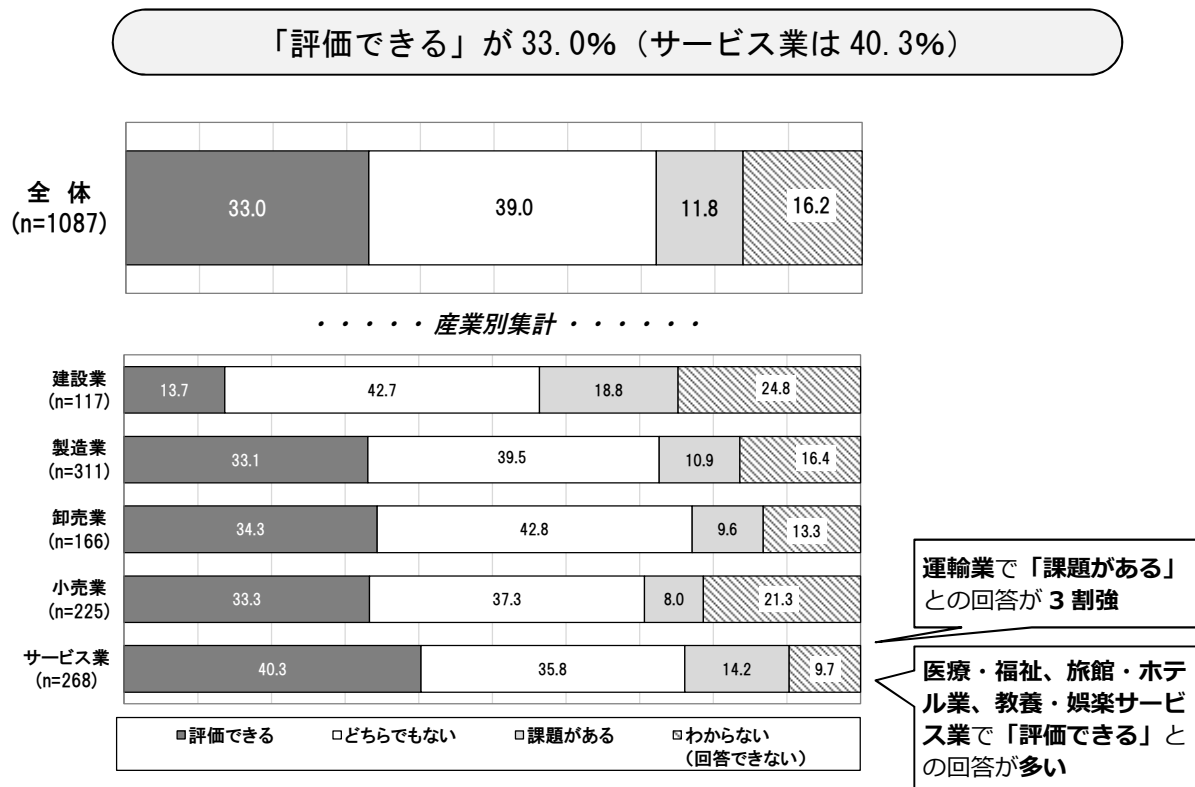
図 90 従業員の育成（自社評価）

「課題がある」が 33.1%



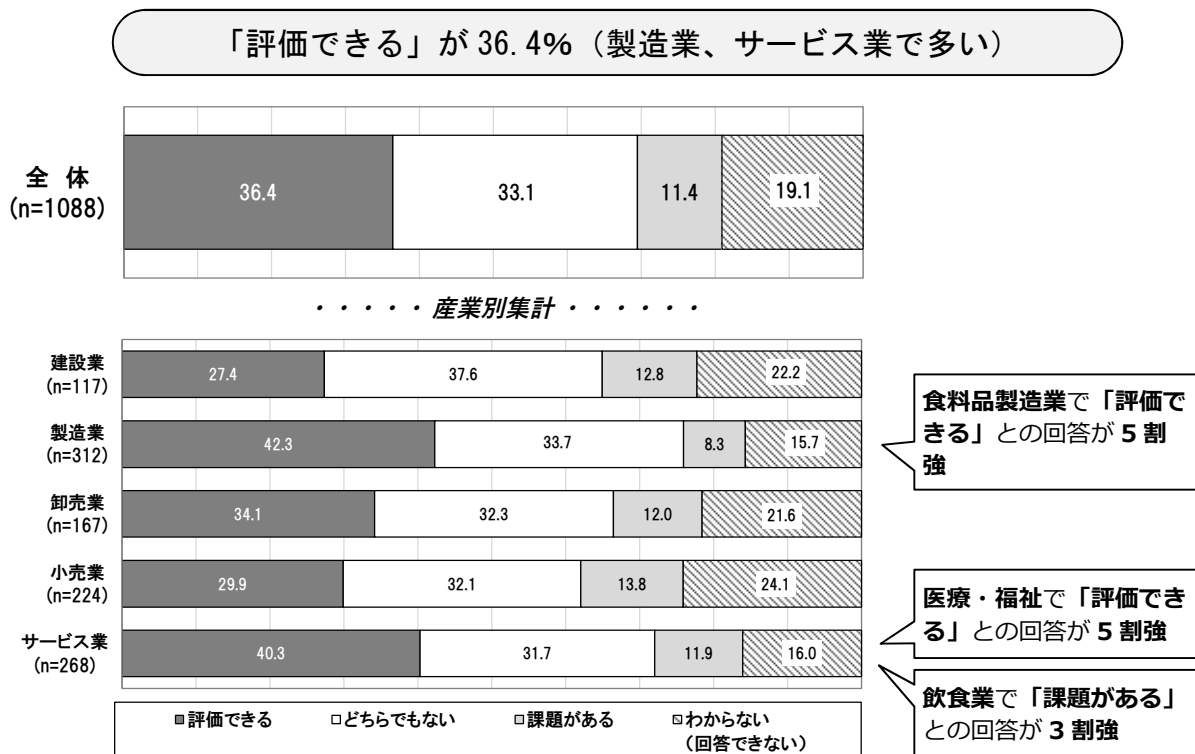
《単一回答》

図 91 性別にとらわれない働きやすさ（自社評価）



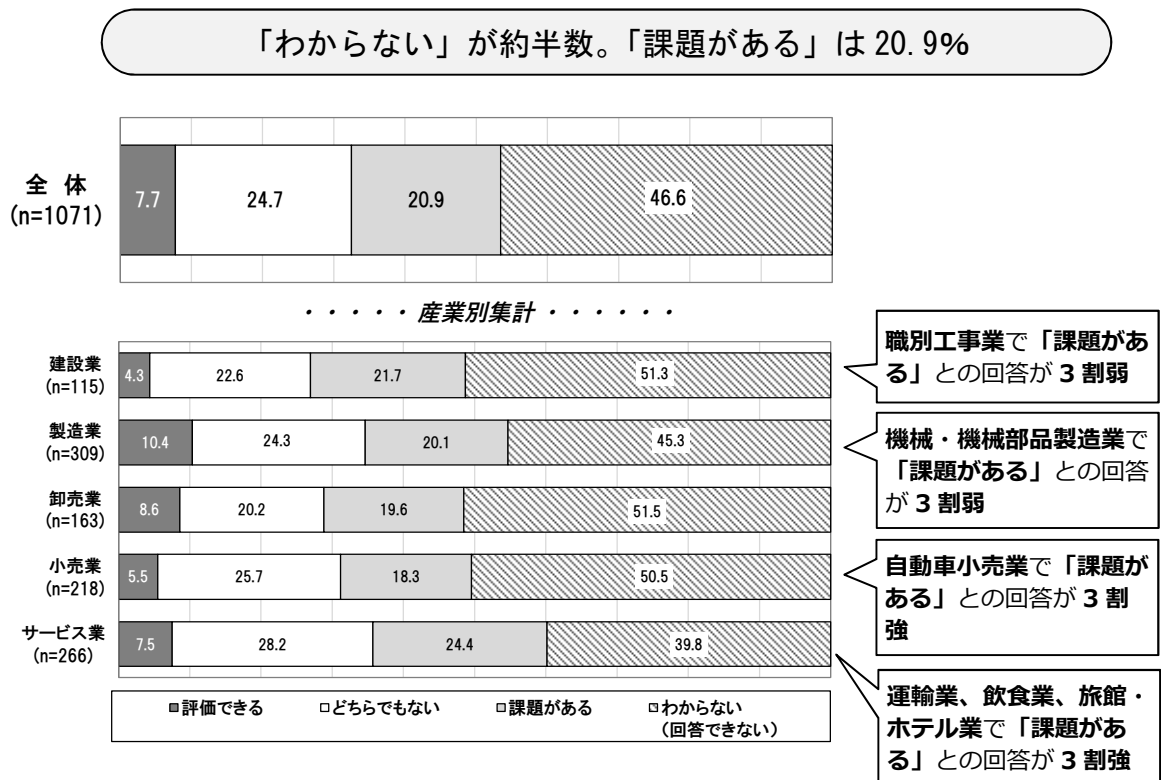
《単一回答》

図 92 高齢者の働きやすさ（自社評価）



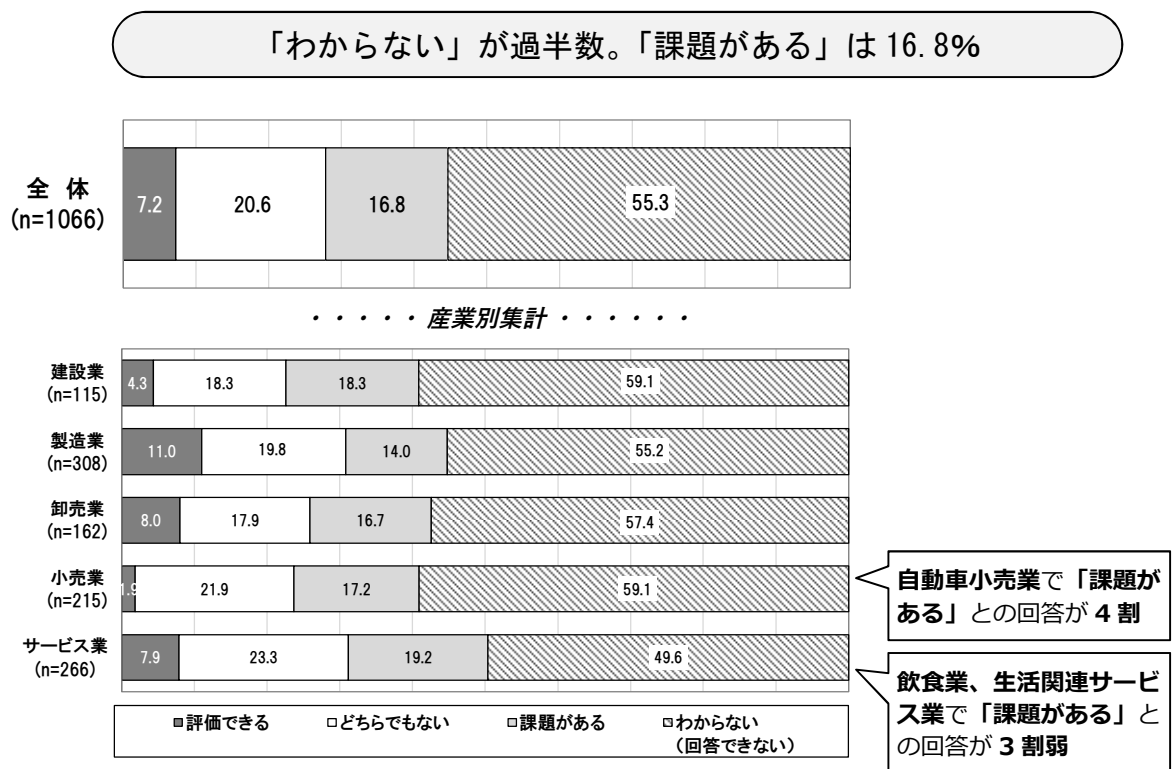
《単一回答》

図 93 障害者の働きやすさ（自社評価）



《単一回答》

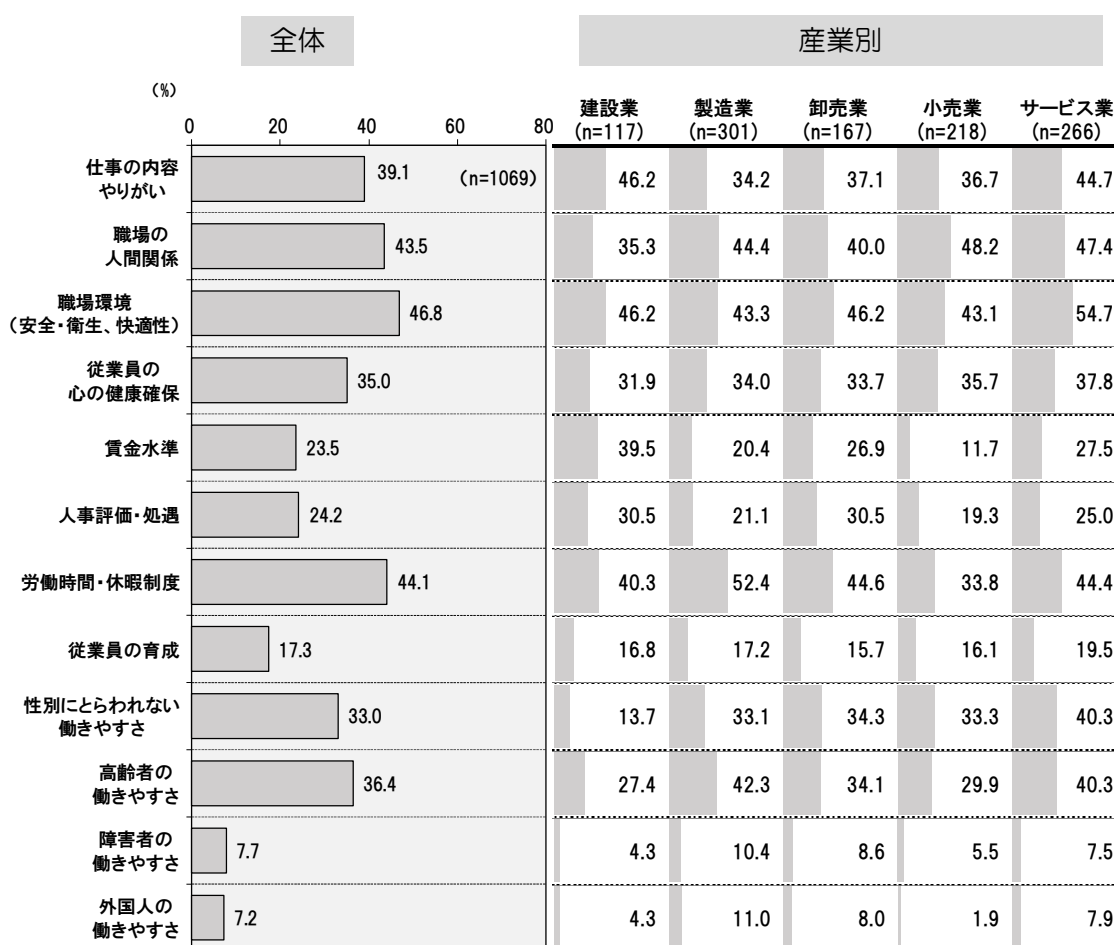
図 94 外国人の働きやすさ（自社評価）



(参考) 職場に関する自社評価のまとめ①[産業別]

「職場環境」、「労働時間・休暇制度」、「職場の人間関係」について
「評価できる」とする事業者が比較的多いが、いずれも4割程度

「評価できる」と回答した企業割合

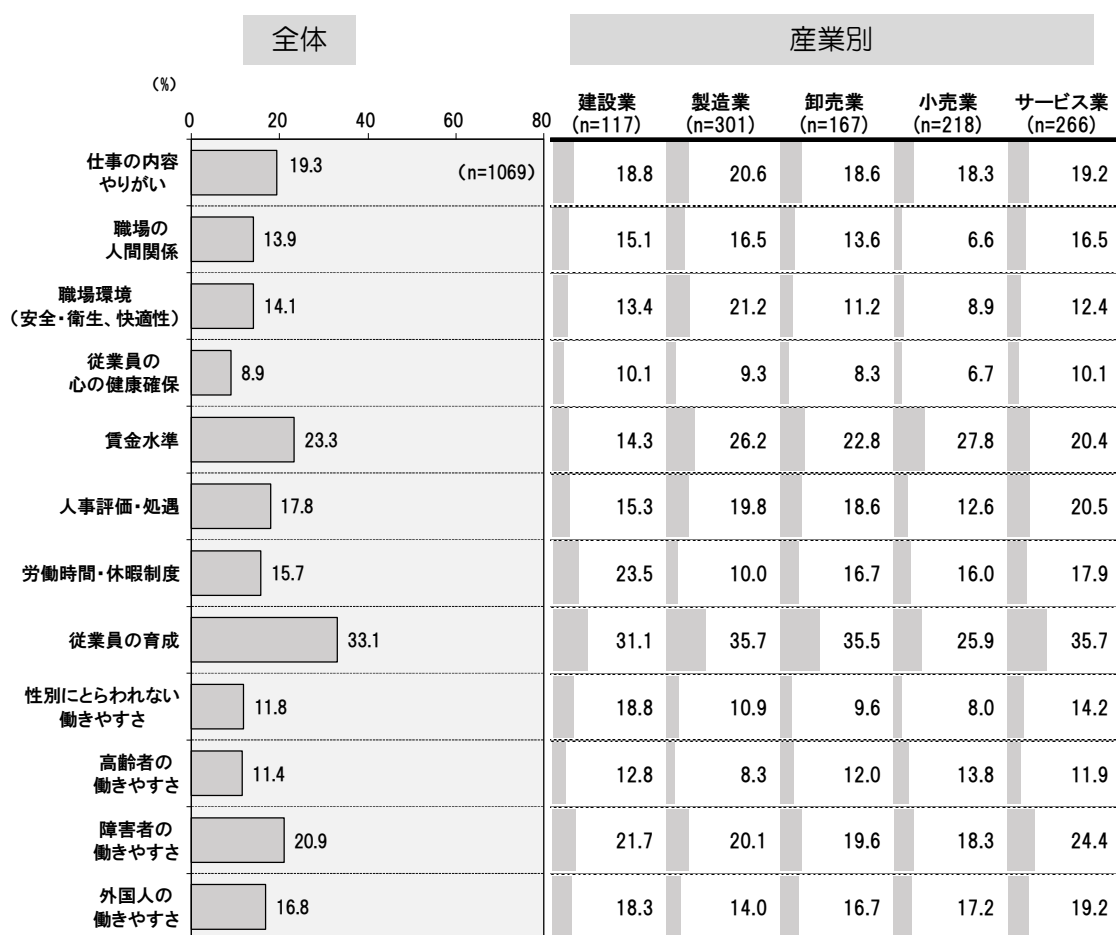


(注) ここでの有効回答数は「仕事の内容・やりがい」に関する質問についてのものである。

(参考) 職場に関する自社評価のまとめ②[産業別]

「従業員の育成」、「賃金水準」について
「課題がある」とする企業が比較的多い

「課題がある」と回答した事業者割合



(注) ここでの有効回答数は「仕事の内容・やりがい」に関する質問についてのものである。

(参考) 職場に関する自社評価のまとめ①[従業員に関する課題別]

「離職者の増加」に直面する事業者のうち過半数は
「労働時間・休暇制度」が「評価できる」と回答

「評価できる」と回答した企業割合



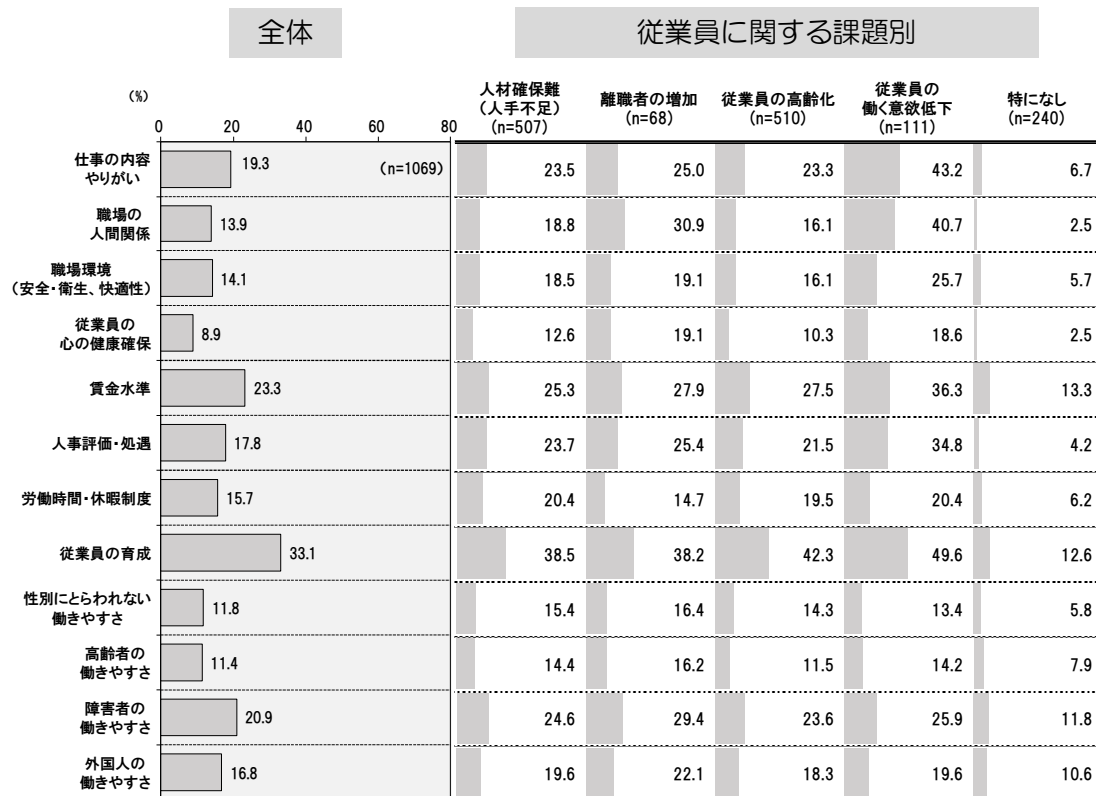
(注) ここでの有効回答数は「仕事の内容・やりがい」に関する質問についてのものである。

・「従業員の高齢化」に直面する事業者では、「高齢者の働きやすさ」について、「評価できる」との回答が比較的多い。

(参考) 職場に関する自社評価のまとめ②[従業員に関する課題別]

「従業員の働く意欲低下」に直面する事業者では
多くの項目で「課題がある」とする回答が多い

「課題がある」と回答した事業者割合



(注) ここでの有効回答数は「仕事の内容・やりがい」に関する質問についてのものである。

・「離職者の増加」に直面する事業者で、「職場の人間関係」、「従業員の心の健康確保」、「人事評価・処遇」などで回答が比較的多くなっている。

第5章 設備投資

本章概要

令和4年度実施予定の設備投資について、「設備の維持・修繕」が4割弱で最多
製造業では「設備の能力増強」が、従業員50人以上の事業者では「合理化」、「IT導入」がやや多い

- 令和4年度実施予定の設備投資目的では「設備の維持・修繕」が37.8%で最多 (p. 104)
- 「設備の能力増強」は17.2%で、製造業では26.1%とやや多い (p. 104)
- 「新規事業の展開」は15.4% (p. 104)
- 「合理化・省力化」、「IT導入」は、従業員50人以上の事業者で多い (p. 105)
- 「脱炭素」は2.1%とごくわずか (p. 104)

＜複数回答＞

図95 令和4年度実施予定の設備投資の目的

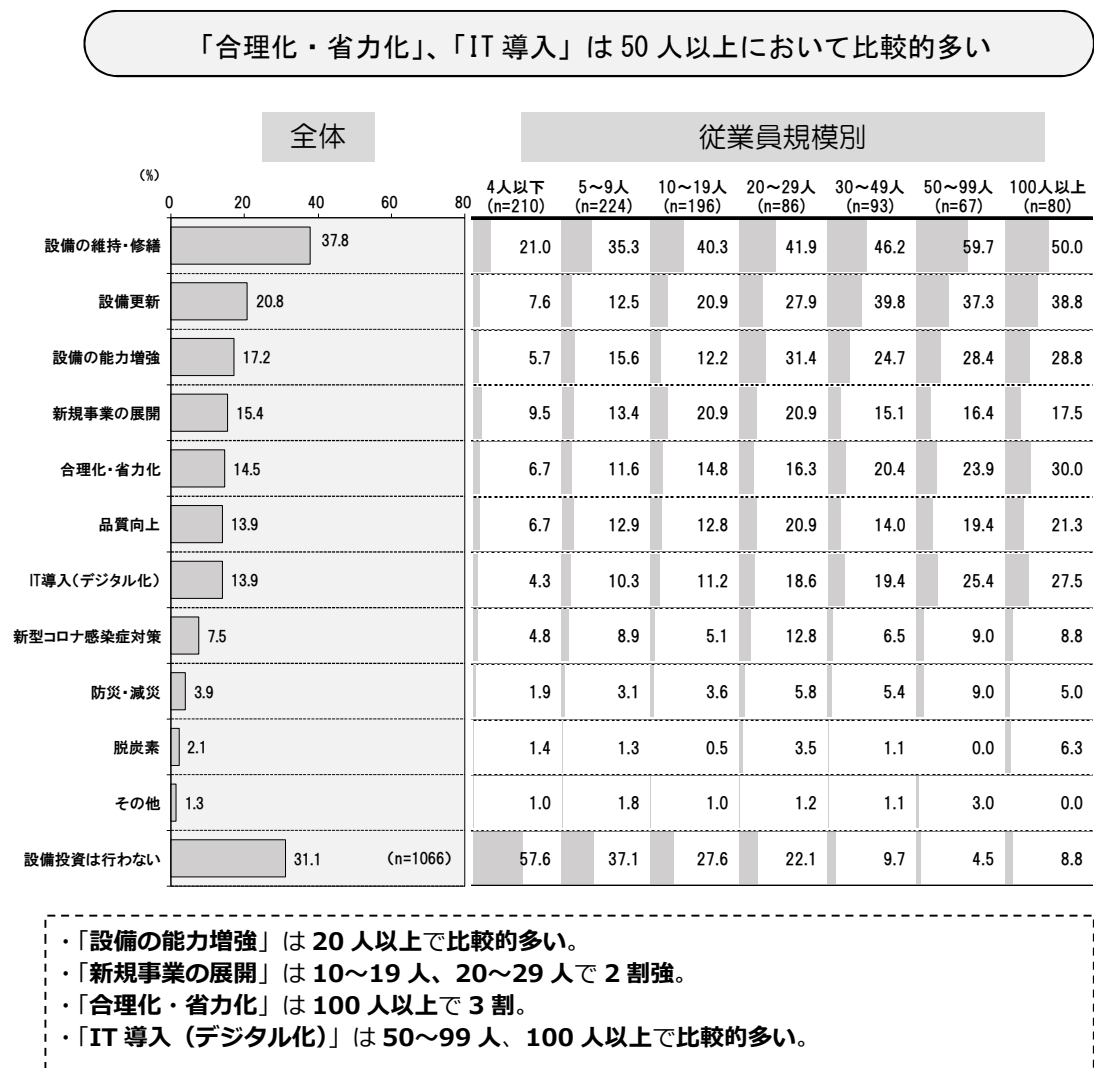
「設備の維持・修繕」が37.8%で最多。「設備の能力増強」、「新規事業の展開」は2割弱



- ・「設備の能力増強」は製造業で比較的多い。
- ・「新規事業の展開」は卸売業で比較的多い。
- ・「防災・減災」は3.9%、「脱炭素」は2.1%とわずか。

《複数回答》

図 96 令和 4 年度実施予定の設備投資の目的（従業員規模別）



第6章 コロナ禍における取組

本章概要

【コロナ禍における活動抑制について】

2年以上続くコロナ禍で、過半数が「出張・商談・営業活動の自粛」を実施
調査時点でも収束は見通せず、4割強が「出張・商談・営業活動の自粛」を実施

- コロナ禍において、過半数が「出張・商談・営業活動の自粛」を実施。約2割が「営業時間の短縮」、「従業員の一時休業」を行い、約1割が「一定期間の休業」を実施 (p. 107)
- コロナ禍の収束が見通せない中で、調査時点においても4割強が「出張・商談・営業活動の自粛」を実施。旅館・ホテル業の4割弱が「従業員の一時休業」を実施 (p. 109)

【コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化について】

コロナ禍で事業内容・ビジネスモデルが「大きく変化」、「やや変化」した事業者は36.6%
内容としては「顧客・販路の多様化」が最も多く、「新製品・商品、新サービス、新技術の開発」が次に多い

- コロナ禍で事業内容・ビジネスモデルが「大きく変化」、「やや変化」した事業者は36.6%で、小売業、サービス業で特に多い (p. 111)
- 事業内容・ビジネスモデルの変化としては、「顧客・販路の多様化」が最も多く、「新製品・商品、新サービス、新技術の開発」が後に続く (p. 111)
- 事業内容・ビジネスモデルの変化で、事業運営に「効果が見られる」事業者は14.7%。「今後、効果が期待できる」は38.1% (p. 113)

【コロナ禍における販路開拓・顧客獲得について】

販路開拓・顧客獲得のために実施したことでは、「既存顧客との関係強化」が36.6%で最多
「新規販路・顧客の開拓」、「インターネット上での商談・営業」が後に続く (p. 114)

【供給制約の状況】

供給が滞っている仕入品が「ある」事業者は37.0% (建設業、卸売業、小売業では5割弱)
そのうち半数が、供給制約は「1年程度」、「1年以上」続くとしている (p. 116-117)

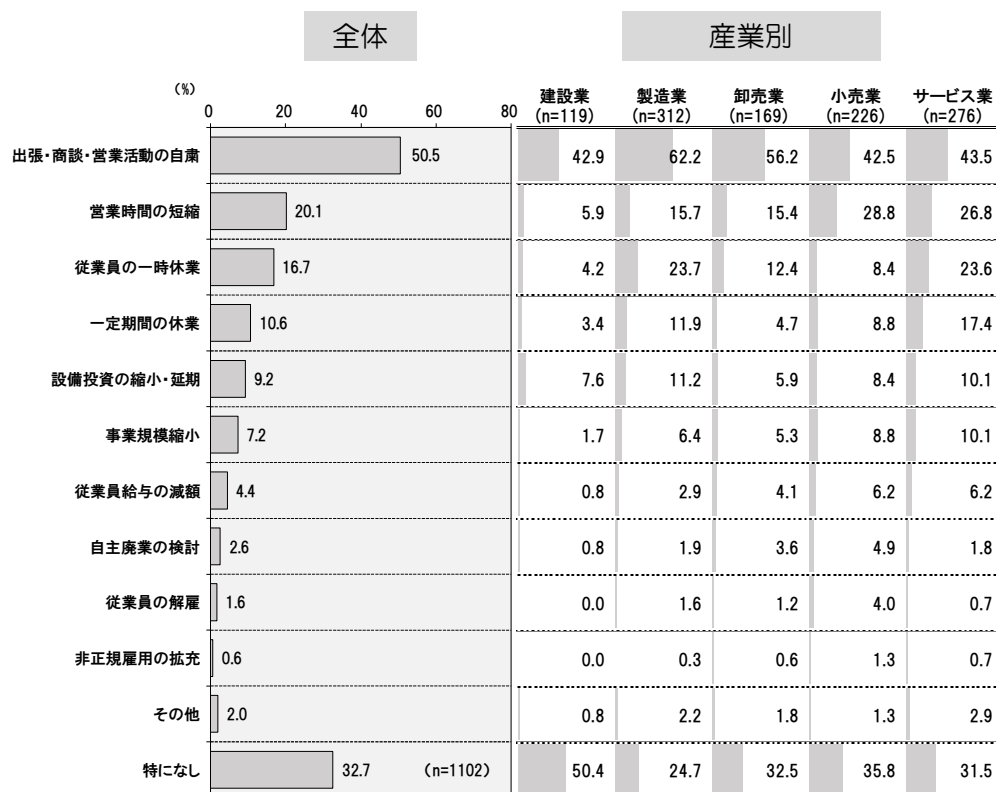
【仕入価格上昇への対処方針について】

仕入価格上昇に対して「価格転嫁を進める」事業者は38.2%
卸売業、製造業で過半数を占める一方、サービス業は2割弱にとどまる (p. 118)

《複数回答》

図 97 コロナ禍における事業活動の抑制で実施したこと

過半数が「出張・商談・営業活動の自粛」を実施
約 2 割が「営業時間の短縮」、「従業員の一時休業」を実施



- ・「事業規模縮小」は 7.2%ながら、小売業、旅館・ホテル業、飲食業では回答が比較的多い。
- ・「自主廃業の検討」は 2.6%ながら、衣料品小売業では 15.0%を占めた。
- ・「従業員の解雇」は 1.6%、小売業では 4.0%。

《複数回答》

表 31 コロナ禍における事業活動の抑制で実施したこと（業種別）

（注）回答の多かった上位 5 項目についてのみ掲載。

化学製品製造業、機械・機械部品製造業では 7 割超が「出張・商談・営業活動を自粛」

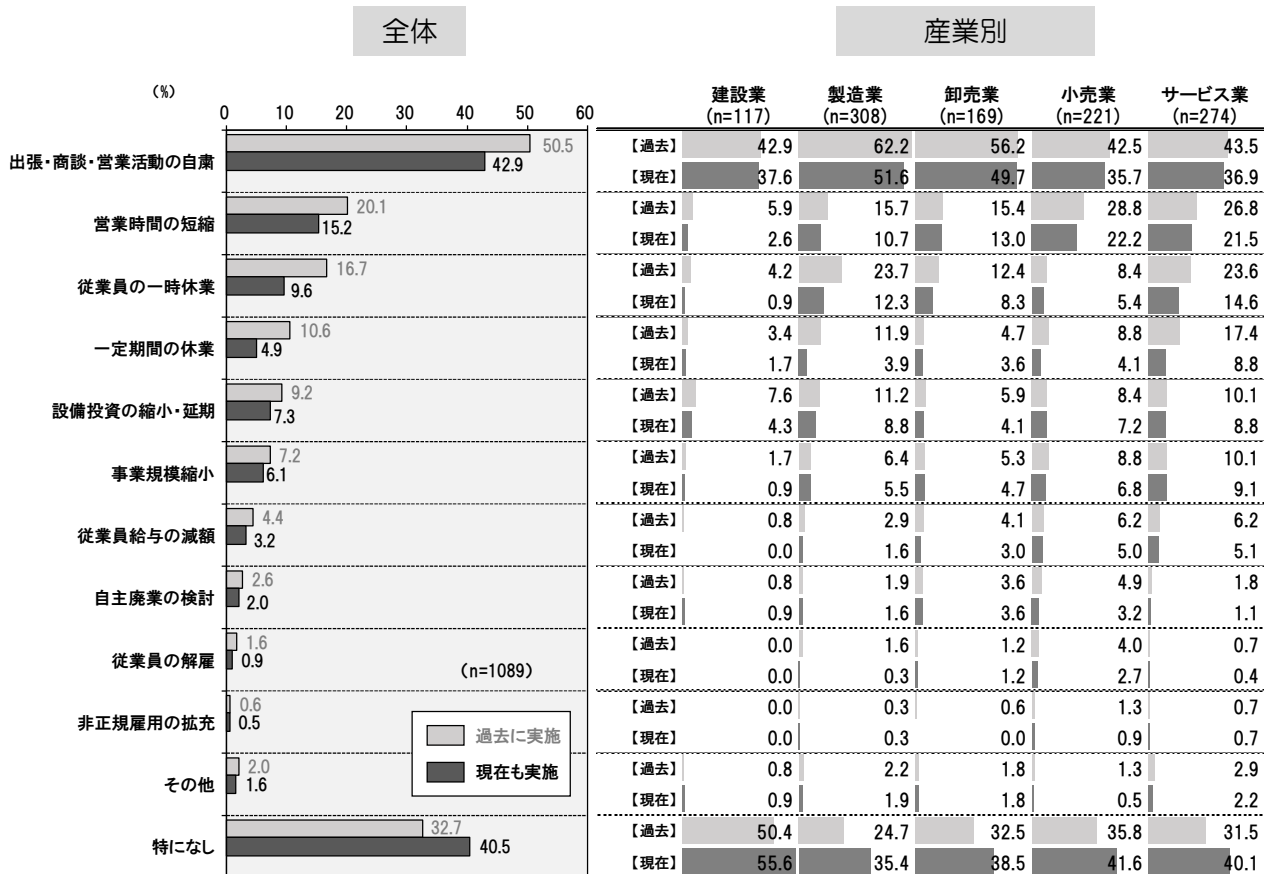
	有効 回答数	出張・商談・ 営業活動の自粛	営業時間の短縮	従業員の 一時休業	一定期間の休業	設備投資の 縮小・延期
全産業	1102	50.5	20.1	16.7	10.6	9.2
建設業	119	42.9	5.9	4.2	3.4	7.6
総合工事業	46	37.0	2.2	4.3	2.2	6.5
職別工事業	35	48.6	8.6	2.9	8.6	11.4
設備工事業	38	44.7	7.9	5.3	0.0	5.3
製造業	312	62.2	15.7	23.7	11.9	11.2
食料品製造業	53	66.0	22.6	24.5	11.3	9.4
繊維製品製造業	45	64.4	11.1	31.1	26.7	8.9
木材・木工製品製造業	33	33.3	18.2	12.1	6.1	3.0
化学製品製造業	29	79.3	13.8	13.8	6.9	20.7
鉄鋼・金属製品製造業	40	70.0	7.5	32.5	15.0	12.5
機械・機械部品製造業	51	72.5	13.7	33.3	7.8	15.7
その他の製造業	61	50.8	19.7	14.8	8.2	9.8
商業(卸売)	169	56.2	15.4	12.4	4.7	5.9
飲食物品卸売業	34	50.0	20.6	23.5	8.8	8.8
建築材料卸売業	39	48.7	12.8	10.3	2.6	5.1
機械器具卸売業	33	66.7	18.2	15.2	0.0	3.0
化学製品卸売業	28	57.1	10.7	3.6	3.6	3.6
その他の卸売業	35	60.0	14.3	8.6	8.6	8.6
商業(小売)	226	42.5	28.8	8.4	8.8	8.4
衣料品小売業	20	70.0	55.0	15.0	20.0	5.0
飲食物品小売業	36	50.0	38.9	19.4	11.1	16.7
生活・文化用品小売業	41	39.0	22.0	4.9	9.8	4.9
自動車小売業	27	48.1	22.2	0.0	7.4	7.4
燃料小売業	42	28.6	31.0	0.0	2.4	7.1
機械器具小売業	30	36.7	13.3	10.0	13.3	10.0
その他の小売業	30	40.0	26.7	13.3	3.3	6.7
サービス業	276	43.5	26.8	23.6	17.4	10.1
不動産業	35	31.4	8.6	5.7	2.9	2.9
運輸業	51	60.8	19.6	25.5	3.9	9.8
旅館・ホテル業	40	40.0	47.5	55.0	50.0	27.5
飲食業	26	30.8	65.4	38.5	38.5	11.5
医療・福祉	26	23.1	7.7	0.0	3.8	15.4
生活関連サービス業	16	37.5	43.8	25.0	12.5	12.5
教養・娯楽サービス業	24	29.2	25.0	25.0	37.5	0.0
その他のサービス業	58	60.3	17.2	13.8	5.2	3.4

（単位：％）

《複数回答》

図 98 コロナ禍における事業活動の抑制で現在も実施していること

コロナ禍の収束が見通せない中で、調査時点（令和 4 年 1 月）においても
4 割強が「出張・商談・営業活動の自粛」を実施している



- ・「従業員の一時休業」は 9.6%まで減少。サービス業、製造業で大きく減。
- ・「一定期間の休業」は 4.9%まで減少。サービス業、製造業で減少が目立つ。

《複数回答》

表 32 コロナ禍における事業活動の抑制で現在も実施していること（業種別）

（注）回答の多かった上位 5 項目についてのみ掲載。

旅館・ホテル業の 4 割弱、飲食業の 3 割弱で「従業員の一時休業」を実施

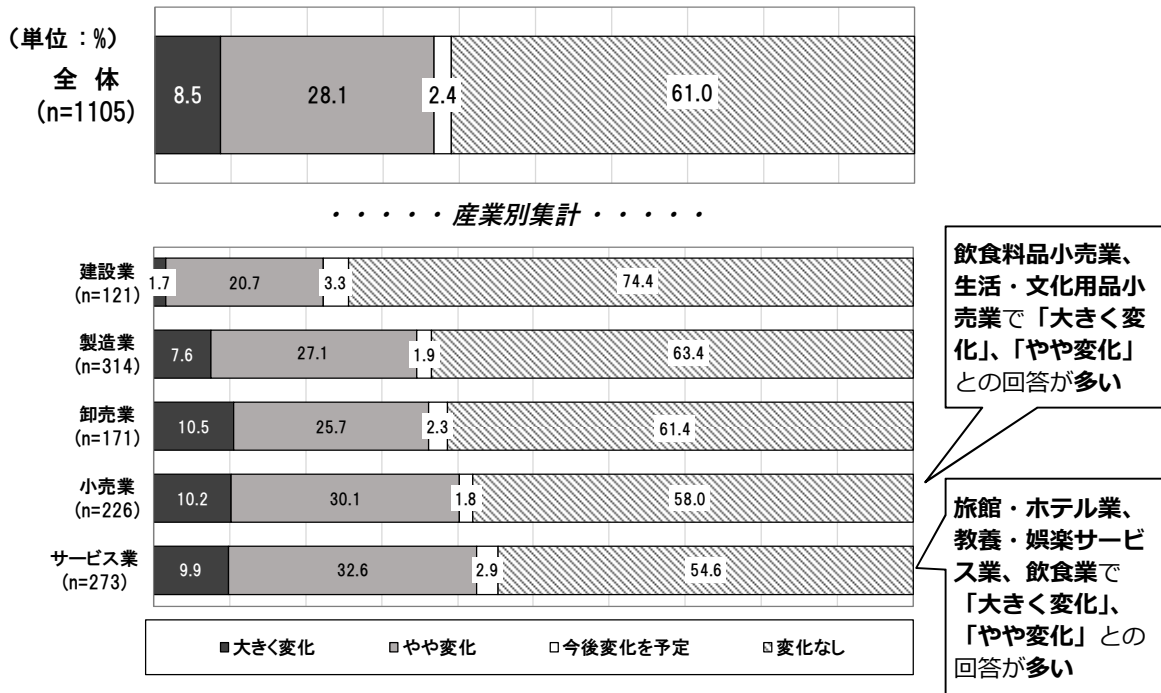
	有効 回答数	出張・商談・ 営業活動の自粛	営業時間の短縮	従業員の 一時休業	一定期間の休業	設備投資の 縮小・延期
全産業	1089	42.9	15.2	9.6	4.9	7.3
建設業	117	37.6	2.6	0.9	1.7	4.3
総合工事業	46	34.8	2.2	0.0	0.0	2.2
職別工事業	34	38.2	5.9	0.0	5.9	5.9
設備工事業	37	40.5	0.0	2.7	0.0	5.4
製造業	308	51.6	10.7	12.3	3.9	8.8
食料品製造業	52	59.6	17.3	15.4	3.8	9.6
繊維製品製造業	43	53.5	7.0	11.6	7.0	9.3
木材・木工製品製造業	33	30.3	15.2	3.0	3.0	0.0
化学製品製造業	29	62.1	10.3	6.9	0.0	13.8
鉄鋼・金属製品製造業	40	57.5	7.5	12.5	7.5	7.5
機械・機械部品製造業	50	58.0	2.0	22.0	2.0	14.0
その他の製造業	61	41.0	14.8	9.8	3.3	6.6
商業（卸売）	169	49.7	13.0	8.3	3.6	4.1
飲食料品卸売業	34	41.2	20.6	17.6	8.8	5.9
建築材料卸売業	39	43.6	10.3	7.7	0.0	2.6
機械器具卸売業	33	54.5	12.1	9.1	0.0	3.0
化学製品卸売業	28	50.0	10.7	3.6	3.6	3.6
その他の卸売業	35	60.0	11.4	2.9	5.7	5.7
商業（小売）	221	35.7	22.2	5.4	4.1	7.2
衣料品小売業	20	65.0	45.0	15.0	10.0	5.0
飲食料品小売業	34	38.2	29.4	11.8	2.9	14.7
生活・文化用品小売業	39	33.3	17.9	2.6	5.1	5.1
自動車小売業	27	37.0	14.8	0.0	3.7	7.4
燃料小売業	41	19.5	29.3	0.0	2.4	4.9
機械器具小売業	30	33.3	3.3	3.3	3.3	6.7
その他の小売業	30	40.0	20.0	10.0	3.3	6.7
サービス業	274	36.9	21.5	14.6	8.8	8.8
不動産業	35	22.9	8.6	2.9	2.9	2.9
運輸業	51	41.2	19.6	19.6	5.9	9.8
旅館・ホテル業	38	36.8	44.7	36.8	26.3	23.7
飲食業	26	30.8	46.2	26.9	15.4	3.8
医療・福祉	26	23.1	7.7	0.0	0.0	15.4
生活関連サービス業	16	31.3	25.0	12.5	0.0	12.5
教養・娯楽サービス業	24	25.0	12.5	12.5	16.7	0.0
その他のサービス業	58	56.9	13.8	5.2	3.4	3.4

（単位：％）

《単一回答》

図 99 コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化

「大きく変化」、「やや変化」を合わせると 36.6%
コロナ禍の影響が大きい小売業、サービス業で比較的多い

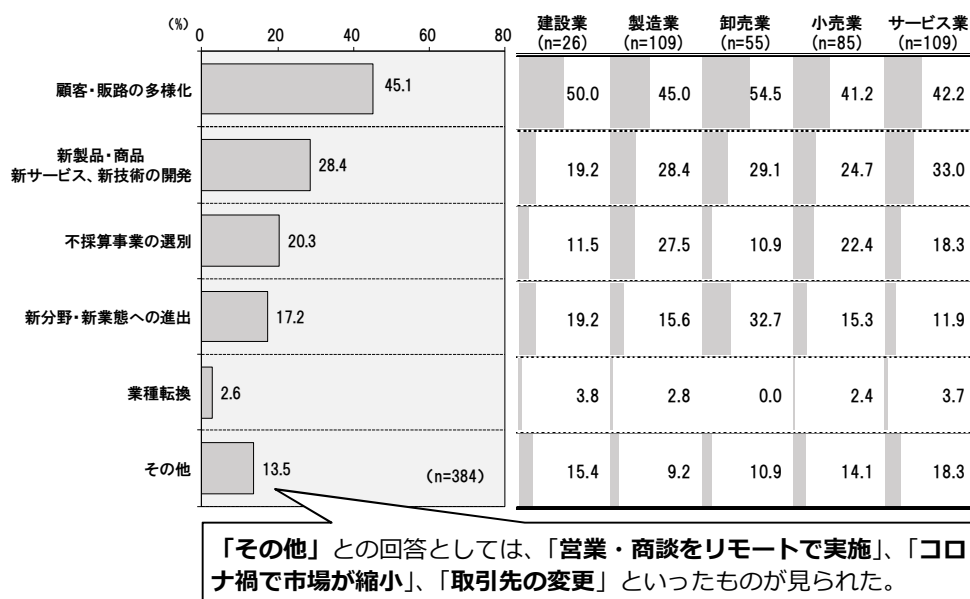


《複数回答》

図 100 コロナ禍で見られた事業内容やビジネスモデルの変化の内容

(※) 質問「コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化」において、「大きく変化」、「やや変化」と回答した事業者が集計対象。

「顧客・販路の多様化」が 45.1% で最多
「新製品・商品、新サービス、新技術の開発」が 28.4% で続く



《複数回答》

表 33 コロナ禍で見られた事業内容やビジネスモデルの変化の内容（業種別）

（※）質問「コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化」において、「大きく変化」、「やや変化」と回答した事業者が集計対象。

コロナ禍の影響が大きい小売業、サービス業では
「顧客・販路の多様化」に加えて「新商品・新サービスの開発」を選ぶ事業者が多い

	有効 回答数	顧客・販路の 多様化	新製品・商品、 新サービス、 新技術の開発	不採算事業の 選別	新分野・新業 態への進出	業種転換	その他
全産業	384	45.1	28.4	20.3	17.2	2.6	13.5
建設業	26	50.0	19.2	11.5	19.2	3.8	15.4
総合工事業	6	33.3	16.7	0.0	33.3	16.7	16.7
職別工事業	13	46.2	30.8	15.4	15.4	0.0	15.4
設備工事業	7	71.4	0.0	14.3	14.3	0.0	14.3
製造業	109	45.0	28.4	27.5	15.6	2.8	9.2
食料品製造業	24	45.8	16.7	33.3	12.5	4.2	4.2
繊維製品製造業	20	45.0	40.0	15.0	25.0	5.0	10.0
木材・木工製品製造業	13	30.8	15.4	46.2	15.4	0.0	7.7
化学製品製造業	7	57.1	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0
鉄鋼・金属製品製造業	5	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0
機械・機械部品製造業	21	42.9	33.3	38.1	9.5	0.0	19.0
その他の製造業	19	52.6	36.8	15.8	21.1	5.3	5.3
商業(卸売)	55	54.5	29.1	10.9	32.7	0.0	10.9
飲食料品卸売業	12	58.3	25.0	8.3	50.0	0.0	8.3
建築材料卸売業	9	77.8	22.2	11.1	33.3	0.0	11.1
機械器具卸売業	11	36.4	36.4	9.1	36.4	0.0	9.1
化学製品卸売業	8	37.5	25.0	12.5	25.0	0.0	25.0
その他の卸売業	15	60.0	33.3	13.3	20.0	0.0	6.7
商業(小売)	85	41.2	24.7	22.4	15.3	2.4	14.1
衣料品小売業	10	40.0	20.0	10.0	10.0	0.0	30.0
飲食料品小売業	19	47.4	36.8	31.6	15.8	0.0	5.3
生活・文化用品小売業	21	38.1	14.3	28.6	23.8	0.0	19.0
自動車小売業	8	50.0	25.0	12.5	12.5	12.5	12.5
燃料小売業	7	28.6	28.6	42.9	0.0	14.3	0.0
機械器具小売業	11	63.6	27.3	0.0	0.0	0.0	18.2
その他の小売業	9	11.1	22.2	22.2	33.3	0.0	11.1
サービス業	109	42.2	33.0	18.3	11.9	3.7	18.3
不動産業	10	50.0	20.0	20.0	10.0	0.0	10.0
運輸業	13	61.5	23.1	38.5	7.7	7.7	7.7
旅館・ホテル業	22	45.5	45.5	18.2	13.6	4.5	13.6
飲食業	14	50.0	35.7	14.3	21.4	7.1	7.1
医療・福祉	12	16.7	8.3	25.0	0.0	0.0	58.3
生活関連サービス業	7	57.1	42.9	14.3	28.6	0.0	14.3
教養・娯楽サービス業	14	42.9	28.6	7.1	14.3	7.1	14.3
その他のサービス業	17	23.5	47.1	11.8	5.9	0.0	23.5

（単位：％）

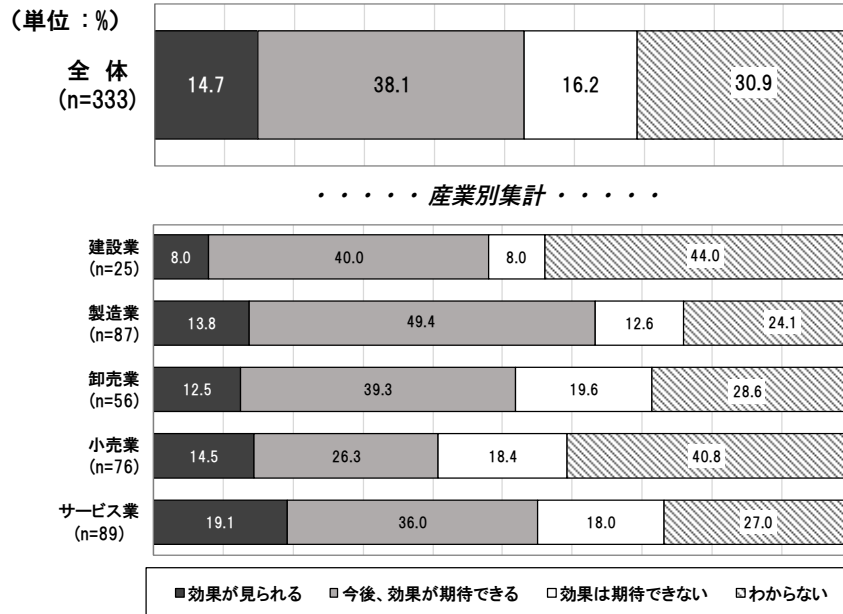
- ・「不採算事業の選別」は、木材・木工製品製造業、燃料小売業で多い。
- ・「新分野・新業態への進出」は、飲食料品卸売業、機械器具卸売業で多い。

《単一回答》

図 101 事業内容・ビジネスモデルの変化による事業運営への効果

(※) 質問「コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化」において、「大きく変化」、「やや変化」と回答した事業者が集計対象。

「効果が見られる」は 14.7%、「今後、効果が期待できる」は 38.1%

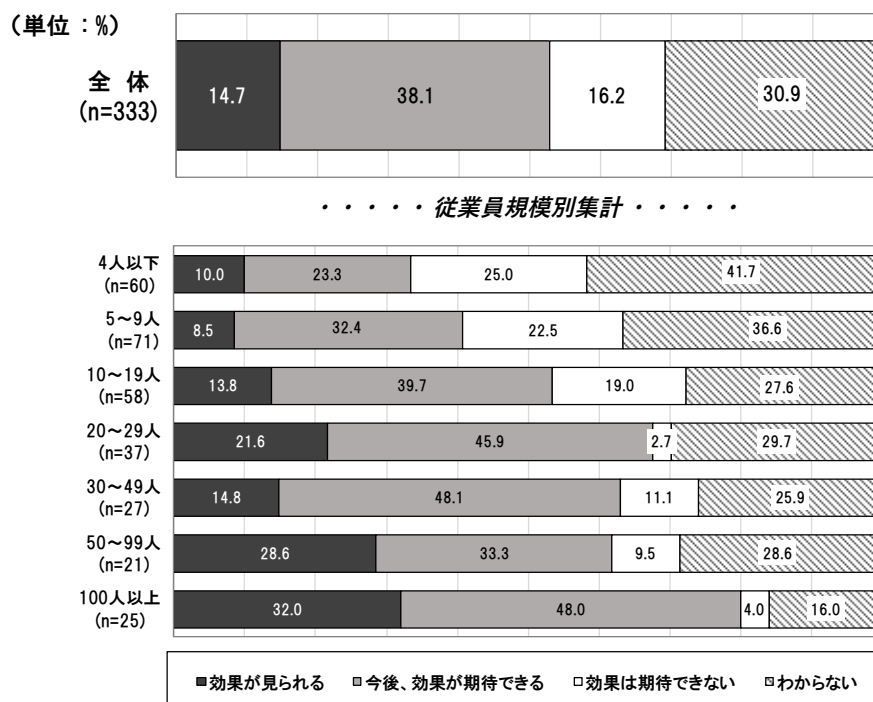


《単一回答》

図 102 事業内容・ビジネスモデルの変化による事業運営への効果（従業員規模別）

(※) 質問「コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化」において、「大きく変化」、「やや変化」と回答した事業者が集計対象。

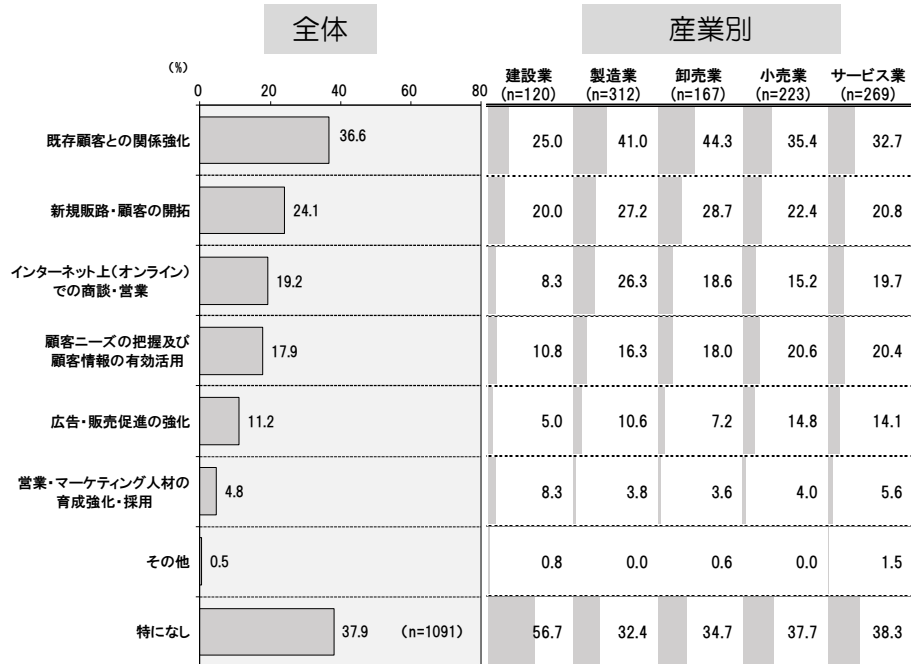
「効果が見られる」、「今後、効果が期待できる」は従業員規模の大きい事業者に多い



《複数回答》

図 103 コロナ禍における販路開拓・顧客獲得に向けて実施したこと

「既存顧客との関係強化」が 36.6% で最多
「新規販路・顧客の開拓」(24.1%)、「インターネット上での商談・営業」(19.2%) が続く



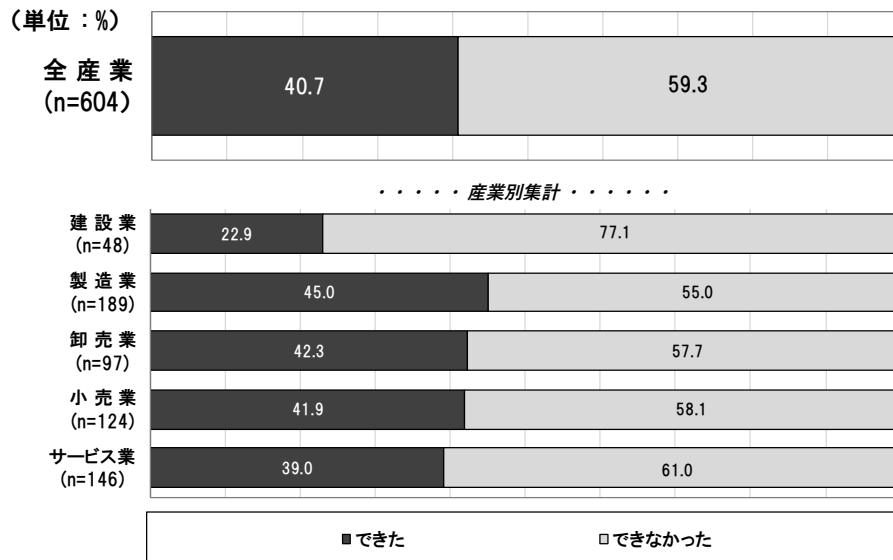
- ・「顧客ニーズの把握及び顧客情報の有効活用」は 17.9%。小売業、サービス業で 2 割強。
- ・「広告・販売促進の強化 (SNS 活用含む)」は 11.2%。飲食業、生活関連サービス業で 3 割強。
- ・「特になし」は 37.9%。建設業で 6 割弱と多い。

《単一回答》

図 104 販路開拓・顧客獲得の成果

(※) 質問「コロナ禍における販路開拓・顧客獲得に向けて実施したこと」で「特になし」以外を回答した事業者が集計対象。

販路開拓に向けた取組を行った事業者のうち 40.7%は「開拓できた」と回答



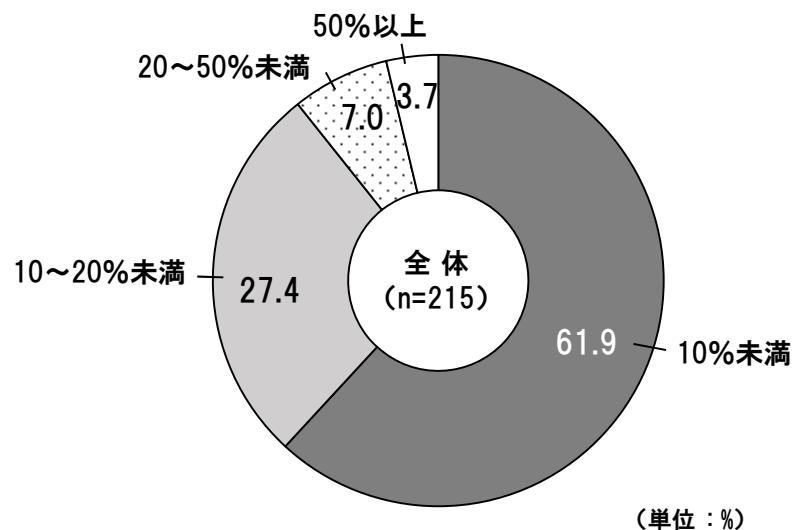
- ・「できた」は、繊維製品製造業、飲食業、教養・娯楽サービス業、運輸業、機械器具小売業、衣料品小売業などで多い。
- ・「できなかった」は、医療・福祉、設備工事業、不動産業、生活関連サービス業、旅館・ホテル業などで多い。

《単一回答》

図 105 販路開拓・顧客獲得の成果（全体の売上高への貢献度）

(※) 質問「販路開拓・顧客獲得の成果」で「できた」と回答した事業者が集計対象。

販路開拓で売上高「10%未満」増が 61.9%、「10～20%未満」増が 27.4%

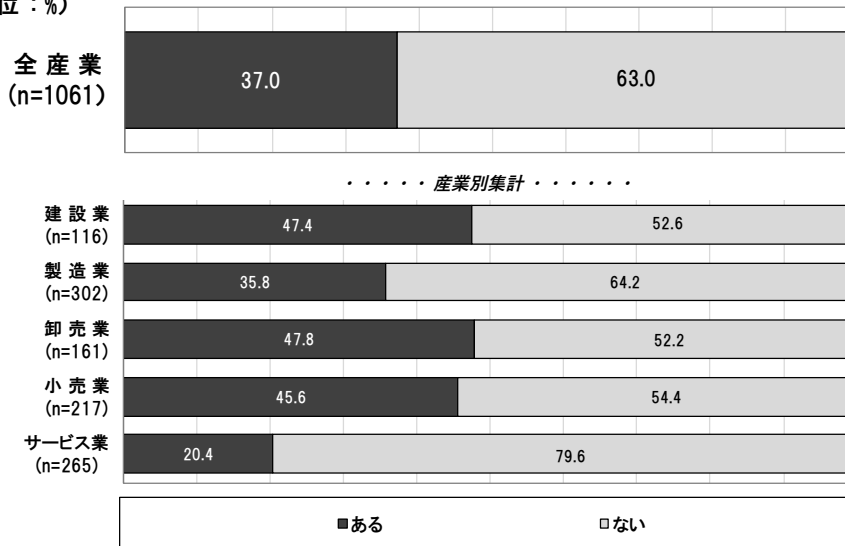


《単一回答》

図 106 コロナ禍における供給制約の影響（供給停滞の仕入品の有無）

供給停滞の仕入品が「ある」事業者は 37.0%（建設業、卸売業、小売業では 5 割弱）

（単位：％）



・「ある」は、機械器具小売業（88.9%）、機械器具卸売業（79.3%）、自動車小売業（77.8%）、設備工事業（74.4%）で特に多く、その他にも、木材・木工製品製造業（62.5%）、機械・機械部品製造業（60.8%）で回答が多い。

《自由記述》

表 34 コロナ禍で供給が滞っている原材料・部品・製品

（※）質問「コロナ禍における供給制約の影響」において、「ある」と回答した事業者に供給が滞っている原材料、部品、製品を質問した。

「各種部品」、「給湯器」、「家電・電化製品」、「木材」との回答が多い
その他にも「住宅設備機器」、「自動車」、「半導体」、「尿素水」などの回答が目立つ

（業種）	供給が滞っている原材料・部品・製品
機械器具小売業	給湯器、住宅設備機器、家電・電化製品
機械器具卸売業	家電・電化製品
自動車小売業	自動車・二輪車、カーナビ、ETC
設備工事業	給湯器、電材（ケーブル）、空調・照明機器
木材・木工製品製造業	木材（合板等）
機械・機械部品製造業	各種機械部品、半導体

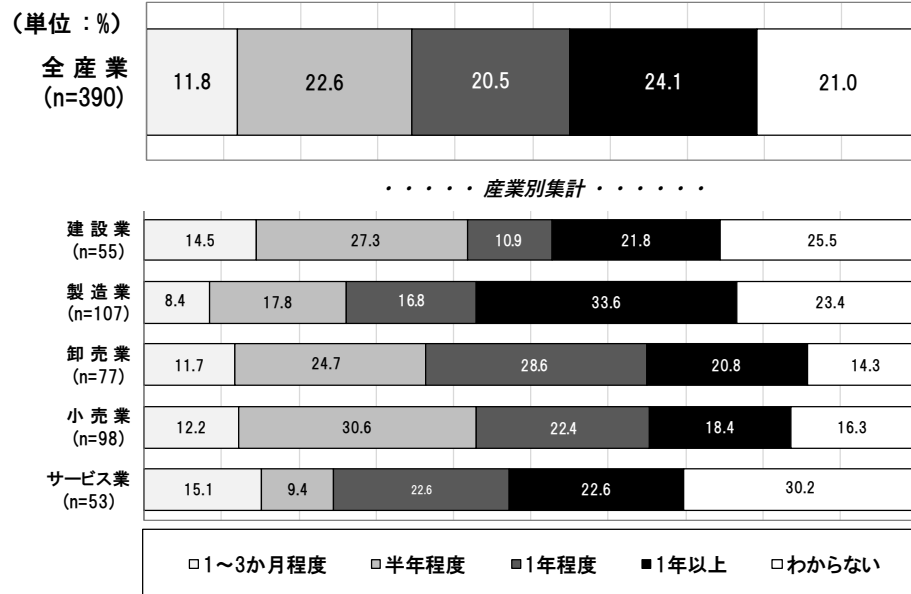
（※）供給停滞の仕入品が「ある」と回答した事業者の割合が特に高い業種のみ掲載。

《単一回答》

図 107 供給制約の影響はどの程度続くか

(※) 質問「コロナ禍における供給制約の影響」において、「ある」と回答した事業者を集計対象とする。

供給停滞の仕入品が「ある」と回答した事業者のうち
44.6%（製造業では 50.4%）が、供給制約が「1 年程度」、「1 年以上」続くとしている



- ・「1 年程度」、「1 年以上」との回答は、**飲食料品卸売業、機械・機械部品製造業、機械器具卸売業、飲食料品小売業、運輸業、飲食業**などで多い。
- ・供給停滞の仕入品として「自動車・二輪車」、「カーナビ」、「半導体」、「繊維（糸等）」、「食材」、「機械部品」を挙げた事業者で「1 年程度」、「1 年以上」との回答が多い。

《複数回答》

図 108 企業物価（仕入価格）上昇への対処方針

「価格転嫁を進める」との回答が 38.2% で最多（製造業、卸売業で過半数）



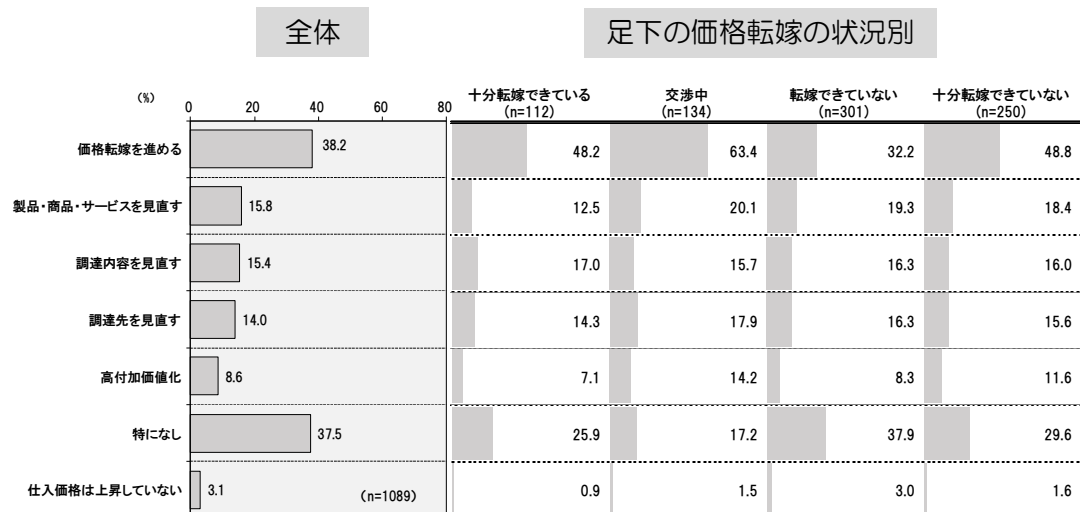
- ・「価格転嫁を進める」は、卸売業、製造業で特に多く、繊維製品製造業、鉄鋼・金属製品製造業、木材・木工製品製造業、機械器具卸売業、建築材料卸売業などで回答が多い。
- ・「製品・商品・サービスを見直す」は、旅館・ホテル業で多い。
- ・「調達内容を見直す」、「調達先を見直す」は、医療・福祉で多い。
- ・「高付加価値化」は、飲食業、機械・機械部品製造業で多い。

《複数回答》

図 109 企業物価（仕入価格）上昇への対処方針（足下の価格転嫁の状況別）

(※) 80 ページの「営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁状況」の回答別に集計。

足下では「十分転嫁できていない」事業者の約半数が、今後は「価格転嫁を進める」と回答



第7章 ITの活用

本章概要

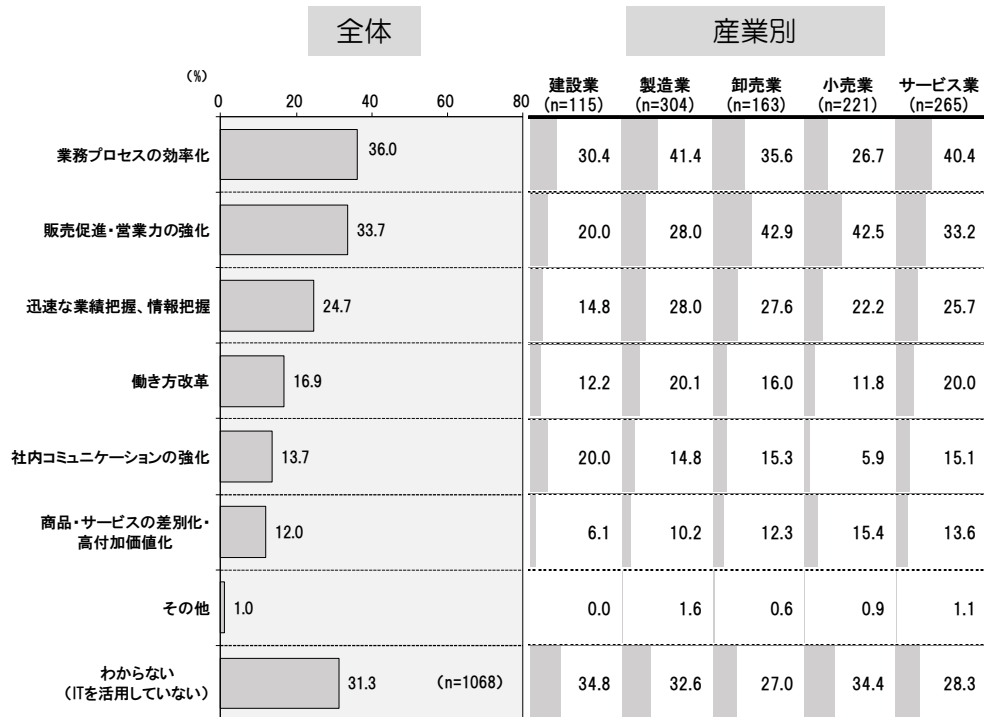
卸売業、サービス業を中心に、様々な経営課題をIT活用で解決したいと考える事業者が多い
ただし、IT人材は不足しており、DXの認知度も高くはない

- ITを活用して「業務プロセスの効率化」、「販売促進・営業力の強化」を行いたいとする事業者が3割強を占める (p. 120)
- 卸売業、サービス業において、様々な経営課題をIT活用で解決したいと考える事業者が多い (p. 120)
- IT活用状況について、「ホームページ構築」(45.1%)、「Web会議システムの導入」(28.0%)「キャッシュレス決済」(23.0%)、「SNSでの情報発信」(21.1%)等が多い (p. 121)
- 今後実施したいと考えているIT活用については、「インターネット販売」、「AI、システムを活用した業務効率化」、「オンライン営業」などが多い (p. 123)
- IT人材が「不足」している事業者は45.2%。従業員20人以上においては6~7割 (p. 123)
- DXの「必要性を感じる」事業者は31.0%。ただし、経営課題解決のためにIT活用を考える事業者においても、「DXをよく知らない」とする回答が目立つ (p. 125)

《複数回答》

図 110 IT 活用で解決したい課題

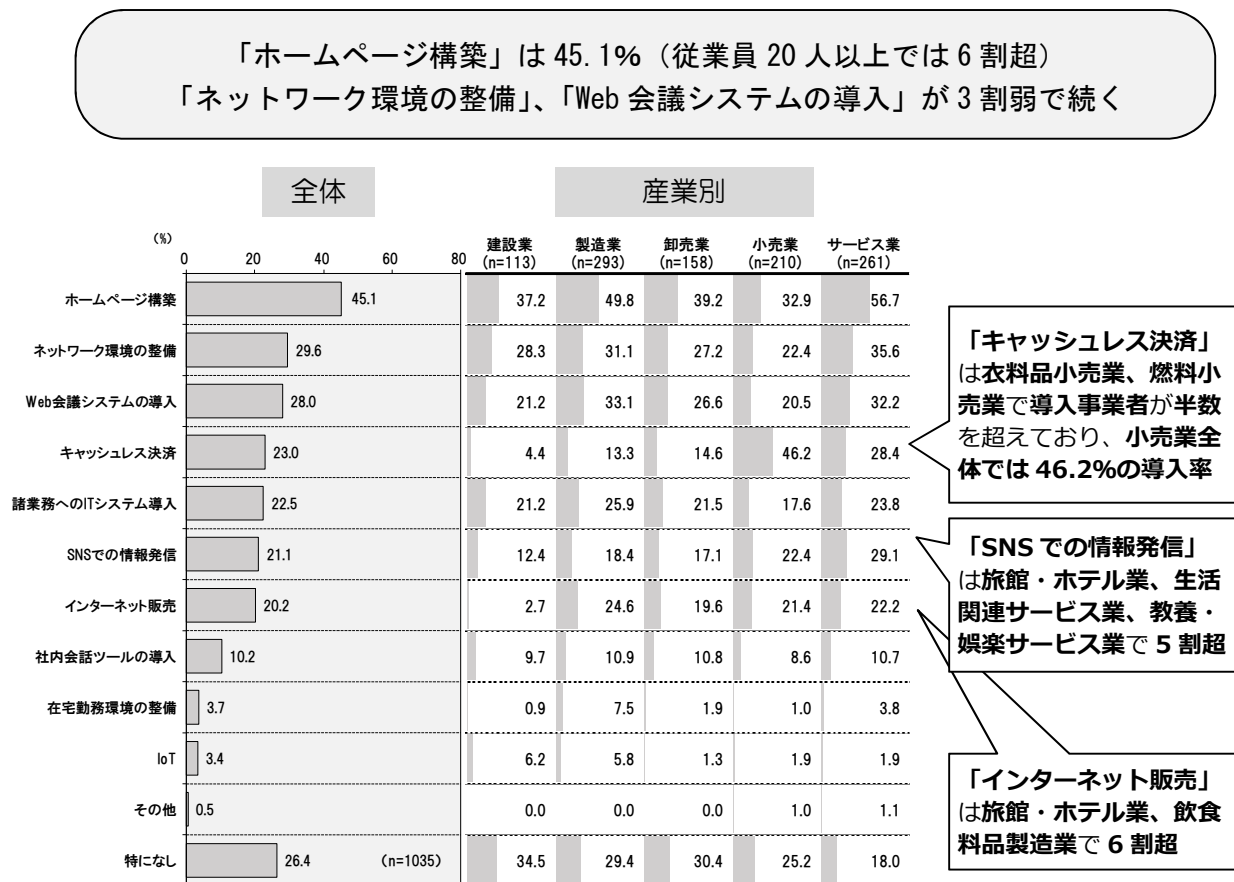
「業務プロセスの効率化」、「販売促進・営業力の強化」が3割強と多い
卸売業、サービス業において、IT 活用で解決したいことが比較的多い



- ・「業務プロセスの効率化」は、鉄鋼・金属製品製造業、旅館・ホテル業、医療・福祉などで多い。また、従業員規模が大きい事業者で回答が多い。
- ・「販売促進・営業力の強化」は、自動車小売業、機械器具卸売業、飲食料品小売業などで多い。
- ・「迅速な業績把握、情報把握」は、化学製品製造業、運輸業、生活関連サービス業などで多い。また、従業員規模が大きい事業者で回答が多い。

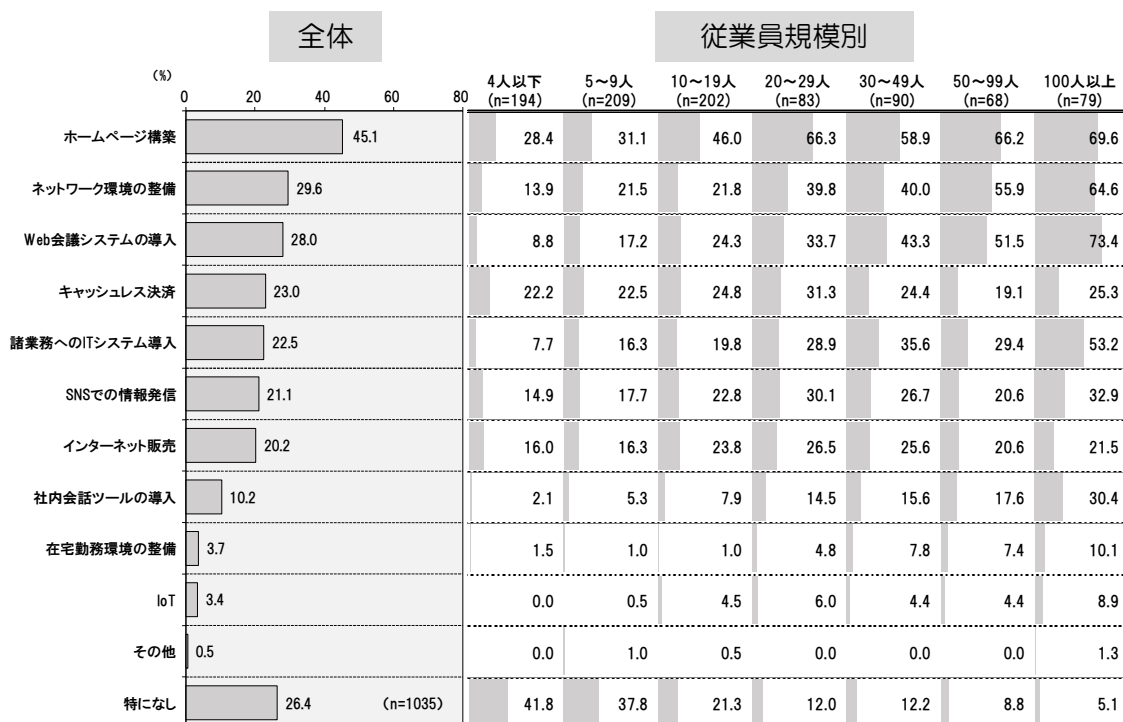
《複数回答》

図 111 IT を活用して実施している取組



《複数回答》

図 112 IT を活用して実施している取組（従業員規模別）



＜複数回答＞

表 35 IT を活用して実施している取組（業種別）

（※）主な 5 つの取組についてのみ集計を行った。

	有効 回答数	ホームページ 構築	キャッシュレス 決済	インターネット 販売	SNSでの 情報発信	諸業務への ITシステム導入
全産業	1035	45.1	23.0	20.2	21.1	22.5
建設業	113	37.2	4.4	2.7	12.4	21.2
総合工事業	46	47.8	4.3	2.2	19.6	17.4
職別工事業	30	23.3	0.0	6.7	13.3	26.7
設備工事業	37	35.1	8.1	0.0	2.7	21.6
製造業	293	49.8	13.3	24.6	18.4	25.9
食料品製造業	52	69.2	40.4	61.5	36.5	26.9
繊維製品製造業	39	30.8	5.1	20.5	23.1	25.6
木材・木工製品製造業	30	50.0	10.0	30.0	20.0	3.3
化学製品製造業	27	59.3	11.1	25.9	11.1	37.0
鉄鋼・金属製品製造業	36	50.0	2.8	2.8	5.6	27.8
機械・機械部品製造業	50	52.0	10.0	6.0	8.0	36.0
その他の製造業	59	39.0	6.8	20.3	18.6	22.0
商業（卸売）	158	39.2	14.6	19.6	17.1	21.5
飲食料品卸売業	33	51.5	21.2	36.4	30.3	9.1
建築材料卸売業	39	35.9	5.1	7.7	17.9	15.4
機械器具卸売業	29	41.4	3.4	13.8	6.9	24.1
化学製品卸売業	24	29.2	29.2	4.2	4.2	20.8
その他の卸売業	33	36.4	18.2	33.3	21.2	39.4
商業（小売）	210	32.9	46.2	21.4	22.4	17.6
衣料品小売業	22	36.4	59.1	31.8	36.4	18.2
飲食料品小売業	32	34.4	43.8	37.5	31.3	15.6
生活・文化用品小売業	38	36.8	44.7	34.2	31.6	13.2
自動車小売業	27	48.1	40.7	14.8	25.9	18.5
燃料小売業	40	22.5	52.5	7.5	7.5	12.5
機械器具小売業	24	20.8	41.7	8.3	8.3	29.2
その他の小売業	27	33.3	40.7	14.8	18.5	22.2
サービス業	261	56.7	28.4	22.2	29.1	23.8
不動産業	33	48.5	18.2	21.2	15.2	15.2
運輸業	49	40.8	10.2	10.2	18.4	28.6
旅館・ホテル業	37	86.5	56.8	67.6	54.1	21.6
飲食業	25	44.0	52.0	24.0	32.0	8.0
医療・福祉	26	53.8	30.8	0.0	7.7	30.8
生活関連サービス業	15	60.0	60.0	33.3	53.3	26.7
教養・娯楽サービス業	22	45.5	18.2	18.2	54.5	13.6
その他のサービス業	54	66.7	14.8	11.1	22.2	33.3

（単位：％）

《自由記述》

表 36 今後実施したいと考えている IT 活用の取組

「インターネット販売」、「AI、システムを活用した業務効率化」
「オンライン営業」、「SNS での情報発信」等の回答が多い

(業種)	今後実施したい IT 活用の取組
生活・文化用品小売業	インターネット販売、オンライン営業、SNS での情報発信等
鉄鋼・金属製品製造業	製造工程の管理 (IoT)
機械・機械部品製造業	製造工程の管理 (IoT)、オンライン営業
運輸業	IT 点呼 (体調・酒気帯び確認)、AI 活用による配車、受注システムの導入、デジタルでの労務管理
その他の業種	インターネット販売、AI 活用、諸業務へのシステム導入、SNS での情報発信、ホームページ構築、IT 活用による業務効率化

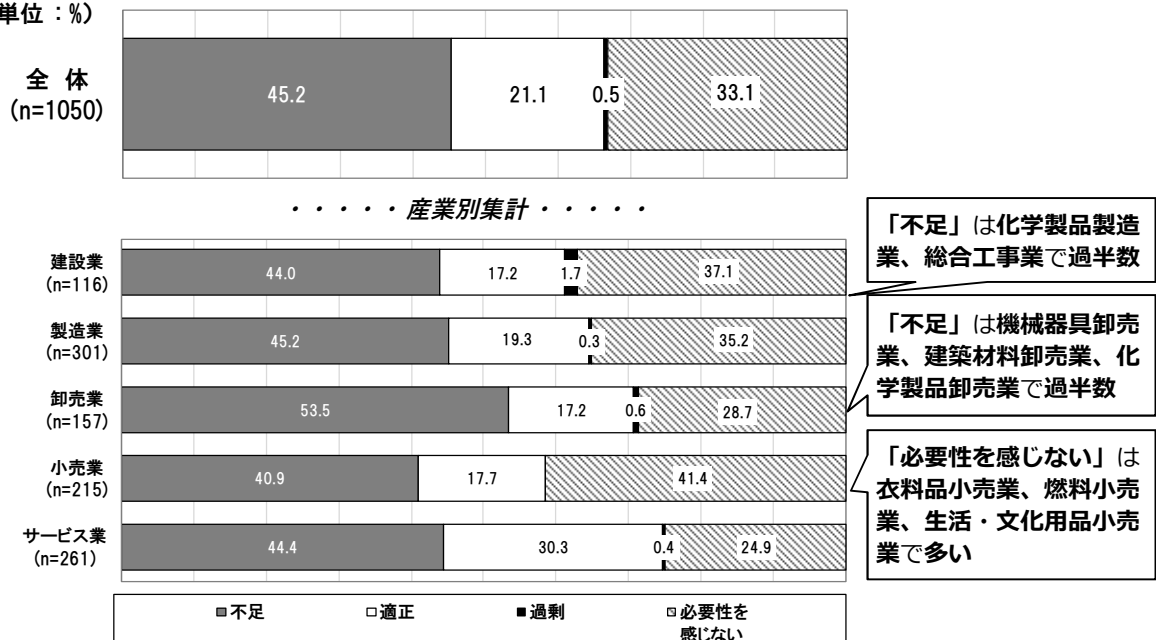
(※) 回答の多かった業種順に掲載している。

《単一回答》

図 113 IT 人材の確保状況

「不足」が 45.2% (卸売業では 53.5%)

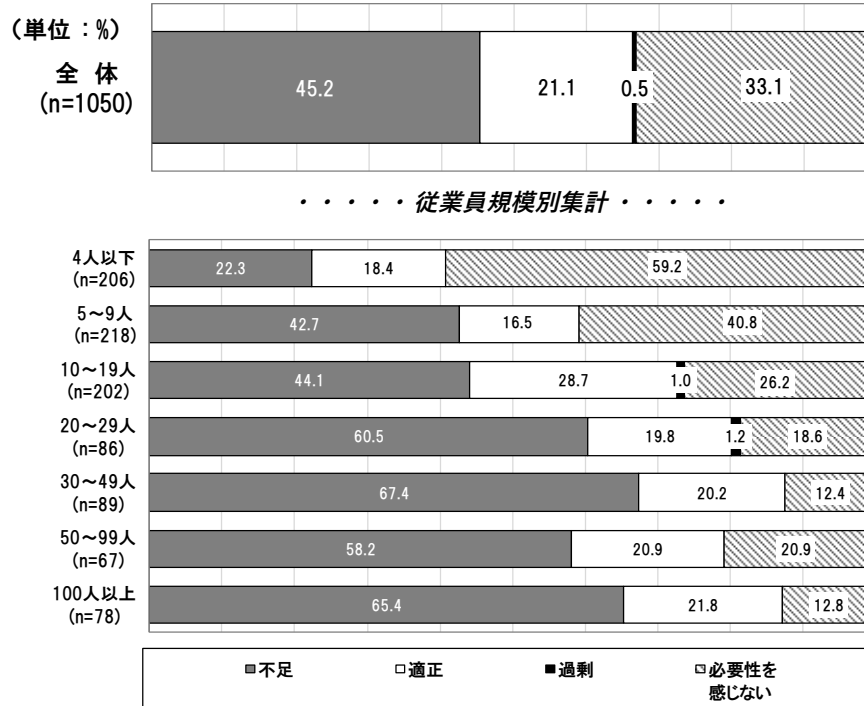
(単位：%)



《単一回答》

図 114 IT 人材の確保状況（従業員規模別）

20 人以上において「不足」は 6～7 割を占める



・「不足」とする回答が多い従業員 20 人以上の事業者は、…ページの IT 活用で解決したい課題について、「業務プロセスの効率化」、「販売促進・営業力の強化」など多くの課題を選択しており、IT 活用に積極的。

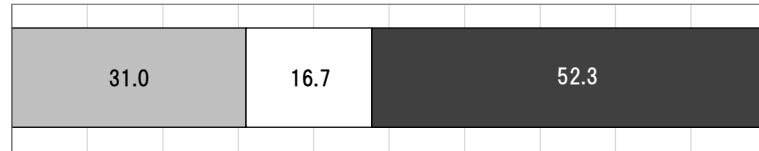
《単一回答》

図 115 DX の必要性

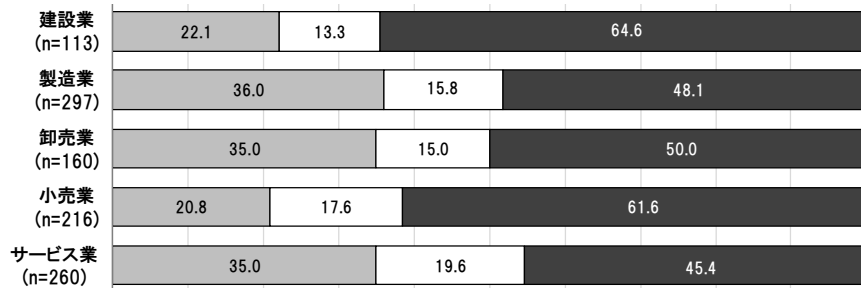
「必要性を感じる」は 31.0%（製造業、卸売業、サービス業で 4 割弱）

（単位：％）

全産業
(n=1046)



..... 産業別集計



□ 必要性を感じる □ 必要性を感じない ■ DXをよく知らない

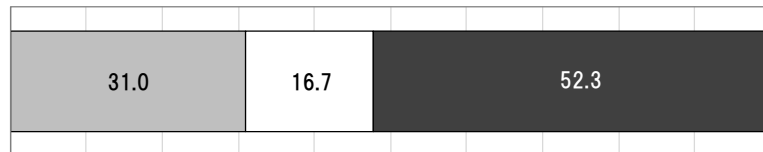
《単一回答》

図 116 DX の必要性（従業員規模別）

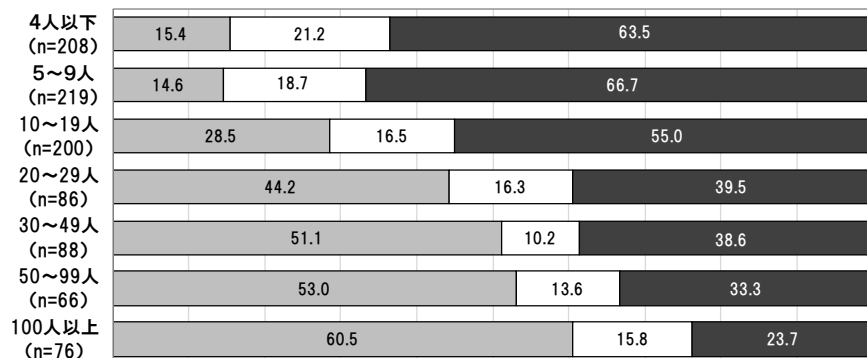
「必要性を感じる」は 30 人以上で過半数を占める

（単位：％）

全体
(n=1046)



..... 従業員規模別集計



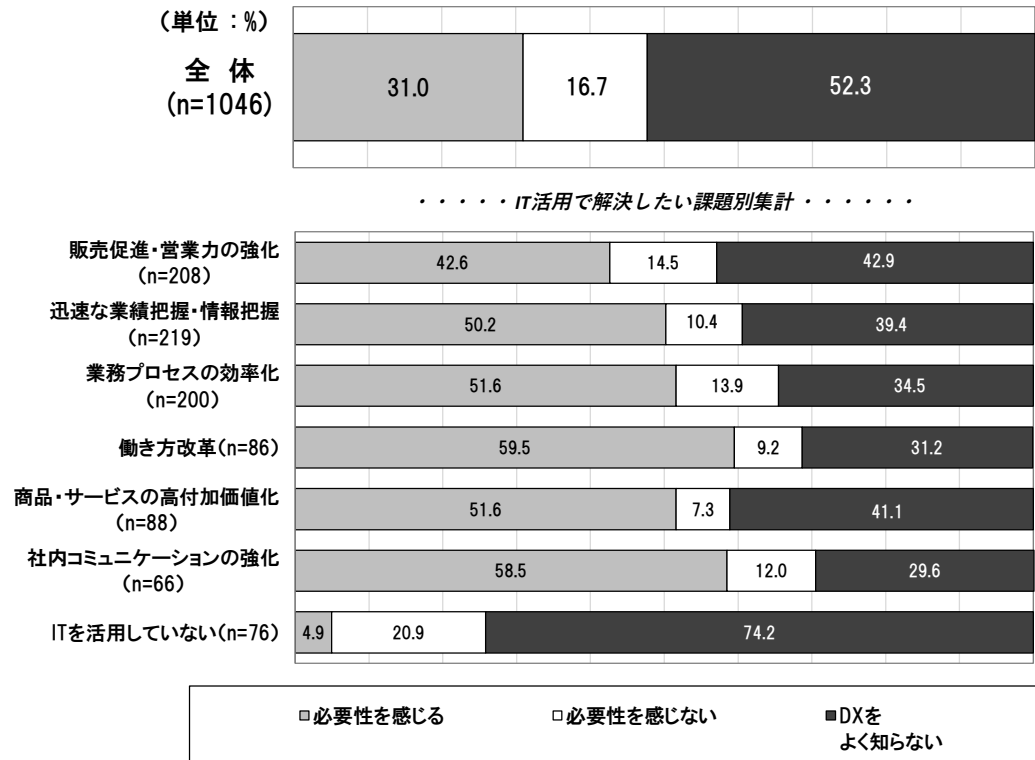
□ 必要性を感じる □ 必要性を感じない ■ DXをよく知らない

《単一回答》

図 117 DX の必要性（IT 活用で解決したい課題別）

（※） 120 ページの「IT 活用で解決したい課題」の回答別に集計。

経営課題解決のために IT 活用を考える事業者でも「DX をよく知らない」とする回答が多い



第8章 外部連携（他社・外部機関との連携）

本章概要

約半数の事業者が「販売」や「開発」を他社・外部機関と連携して行っている

他社との統合・合併の必要性を「感じる」事業者が増加する一方で、実現は「難しい」と考える事業者も増

- 約半数の事業者が他社・外部機関と連携して「販売」、「開発」等に取り組んでいる (p. 128)
- 他社との統合・合併の必要性を「感じる」事業者は 23.1%で4年前から 1.3 ポイント増加。従業員 100 人以上の事業者で「感じる」が 35.4%と比較的多い (p. 129-130)
- 他社との統合・合併の必要性を感じる事業者のうち、「実現できる」と考える事業者は 25.0%で4年前から 10.3 ポイント減少。実現が難しい理由としては、「適当な相手がいない」が多い (p. 131-133)

(注)「外部連携（他社・外部機関との連携）」については、平成 29 年度調査でもほぼ同一の質問を行っており、以降では一部の質問で、今回調査と平成 29 年度調査との比較を行っている。

《複数回答》

図 118 外部連携で実施している取組

「特になし」は 51.7%。残り約半数は「販売」、「開発」、「人材育成」等を外部連携で実施



《複数回答》

図 119 外部連携で実施している取組（従業員規模別）

「人材育成」、「開発」については、規模の大きい事業者ほど回答が多い



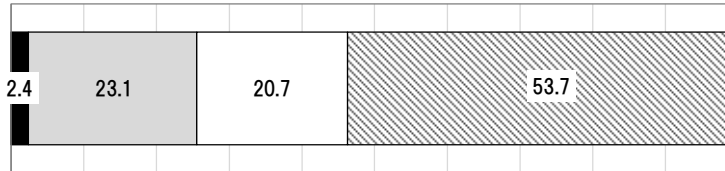
《単一回答》

図 120 他社との統合・合併の必要性

必要性を「感じる」は 23.1%（平成 29 年度調査では 21.8%）

（単位：％）

全 体
(n=1050)



..... 産業別集計

建設業
(n=116)



製造業
(n=301)



卸売業
(n=157)



小売業
(n=215)



サービス業
(n=261)



機械・機械部品製造業で
「感じる」との回答が多い

機械器具卸売業、飲食料
品小売業で「感じる」と
の回答が多い

運輸業で「感じる」との
回答が多い

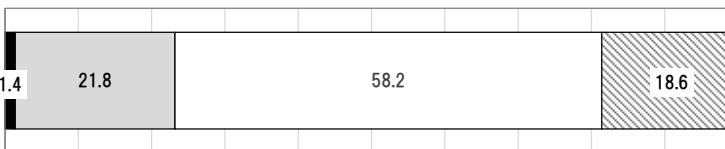
■既に実施した □感じる □感じない □わからない

《単一回答》

（参考）他社との統合・合併の必要性（平成 29 年度調査）

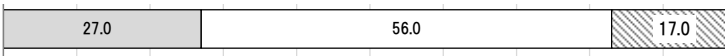
（単位：％）

全 産 業
(n=871)

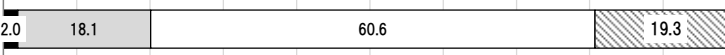


..... 産業別集計

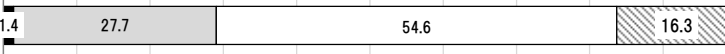
建設業
(n=100)



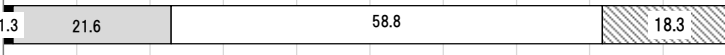
製造業
(n=254)



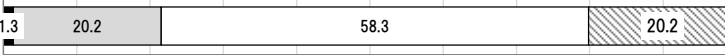
卸売業
(n=141)



小売業
(n=153)



サービス業
(n=223)



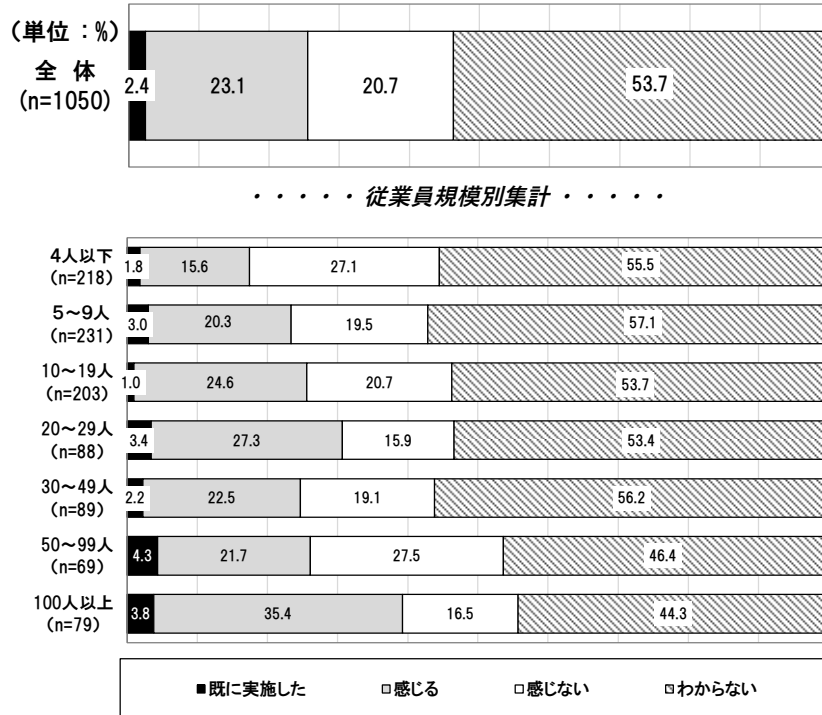
■既に実施した □感じる □感じない □わからない

（※）今年度調査では、「感じない」と回答した事業者にその理由を質問するなど、平成 29 年度調査（4 年前調査）とは質問形式にやや違いがある。そのこともあり、「感じない」、「わからない」との回答割合に大きな差が生じている。

《単一回答》

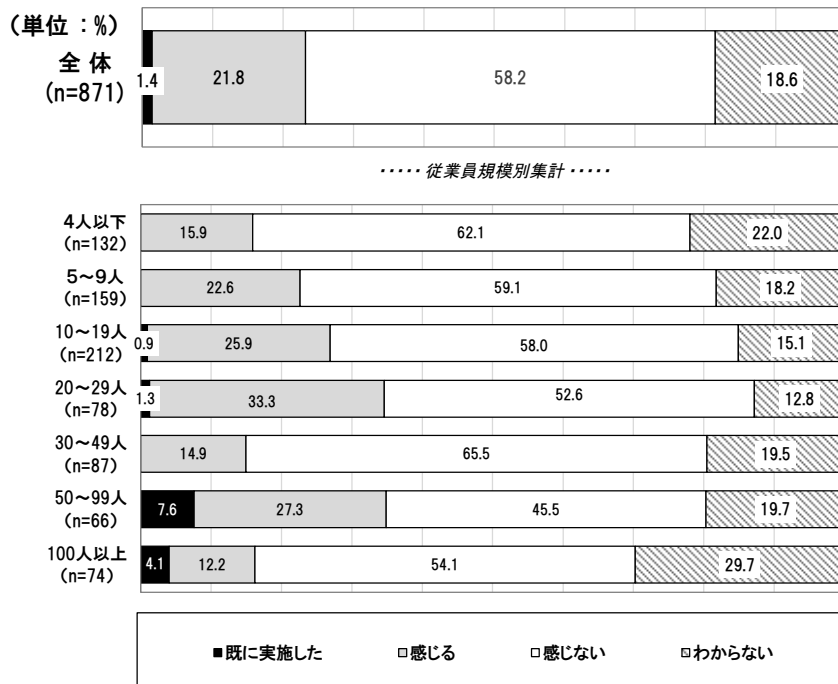
図 121 他社との統合・合併の必要性（従業員規模別）

100 人以上では「感じる」が 35.4%と比較的多い（平成 29 年度調査に比べて大きく増加）



《単一回答》

(参考) 他社との統合・合併の必要性（平成 29 年度調査、従業員規模別）



(※) 今年度調査では、「感じない」と回答した事業者にその理由を質問するなど、平成 29 年度調査（4 年前調査）とは質問形式にやや違いがある。そのこともあり、「感じない」、「わからない」との回答割合に大きな差が生じている。

《自由記述》

表 37 他社と統合・合併の必要性を感じない理由

(※) 質問「他社との統合・合併の必要性」において、「感じない」と回答した事業者に理由を質問した。

「事業が安定している」、「自社単独でやっていきたい」といった回答や
「良い統合先がない」、「取りまとめが難しい」との回答が目立つ

主な回答

「後継者がいる」、「事業が安定している」、「自社単独でやっていける」、「単独で何とかしたい」
「良い統合先がない」、「同業者が少ない」、「時期尚早」、「廃業を検討」、「企業風土が違いすぎる」
「取りまとめが難しい」、「フランチャイズ加盟店のため（子会社のため）実施できない」等

《単一回答》

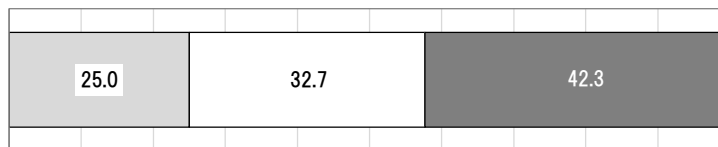
図 122 他社との統合・合併の実現可能性

(※) 質問「他社との統合・合併の必要性」において、「感じる」と回答した事業者を集計対象としている。

「実現できる」は 25.0%（平成 29 年度調査では 35.3%）

(単位：%)

全産業
(n=248)

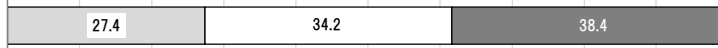


..... 産業別集計

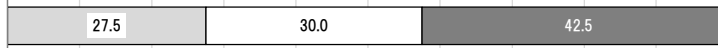
建設業
(n=23)



製造業
(n=73)



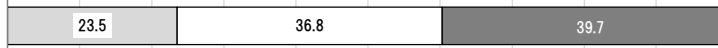
卸売業
(n=40)



小売業
(n=44)



サービス業
(n=68)



□ 実現できる

□ わからない

■ 実現は難しい

職別工事業で「実現は難しい」との回答が多い

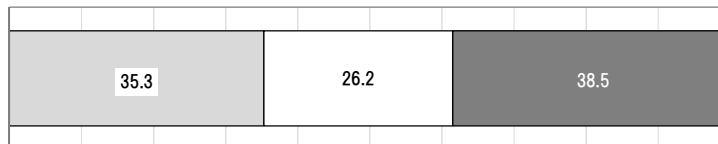
燃料小売業、飲食料品小売業で「実現は難しい」との回答が多い

《単一回答》

(参考) 他社との統合・合併の実現可能性（平成 29 年度調査）

(単位：%)

全産業
(n=187)

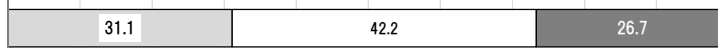


..... 産業別集計

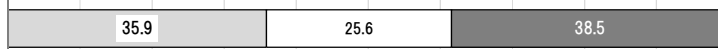
建設業
(n=27)



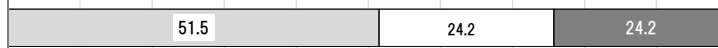
製造業
(n=45)



卸売業
(n=39)



小売業
(n=33)



サービス業
(n=43)



□ 実現できると思う

□ わからない

■ 実現は難しいと思う

《単一回答》

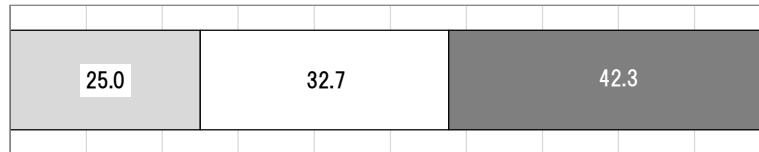
図 123 他社との統合・合併の実現可能性（従業員規模別）

（※）質問「他社との統合・合併の必要性」において、「感じる」と回答した事業者を集計対象としている。

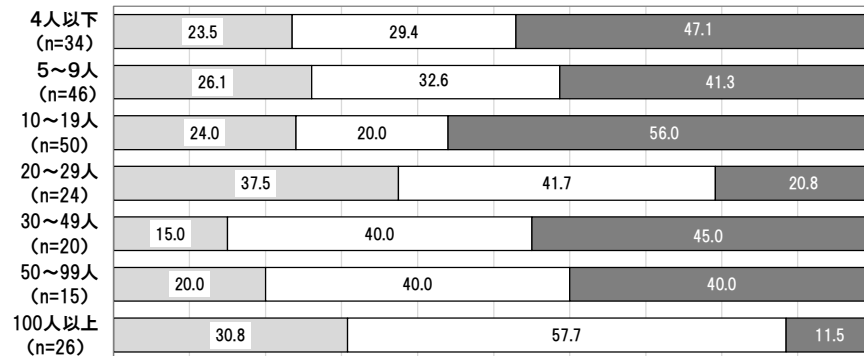
平成 29 年度調査に比べると、ほぼ全ての規模で「実現できる」との回答が減少

（単位：％）

全 体
(n=248)



..... 従業員規模別集計



□実現できる

□わからない

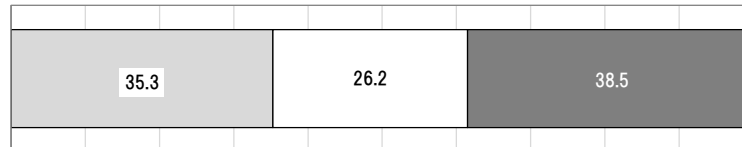
■実現は難しい

《単一回答》

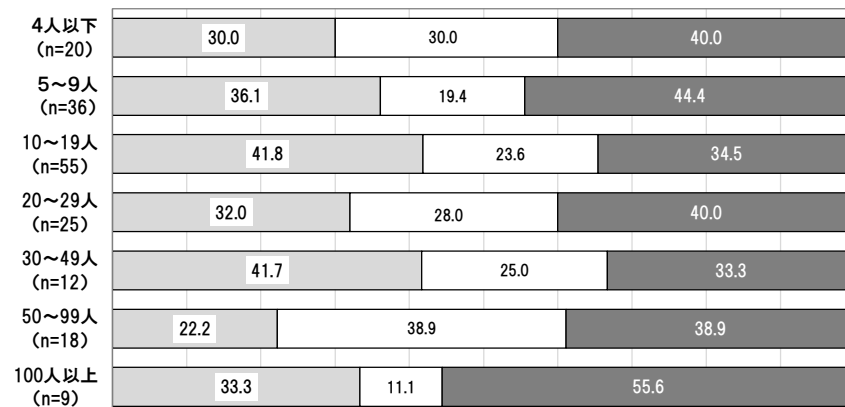
（参考）他社との統合・合併の実現可能性（平成 29 年度調査、従業員規模別）

（単位：％）

全 体
(n=187)



..... 従業員規模別集計



□実現できると思う

□わからない

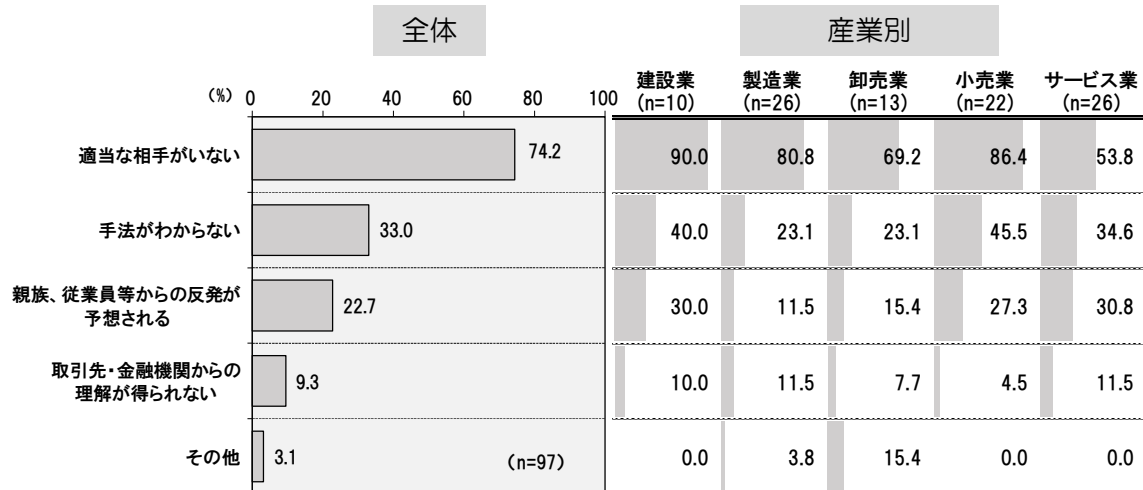
■実現は難しいと思う

《複数回答》

図 124 他社との統合・合併が難しい理由

(※) 質問「他社との統合・合併の実現可能性」において、「実現は難しい」と回答した事業者を集計対象としている。

「適当な相手がいない」が 74.2%（サービス業でやや少ない）

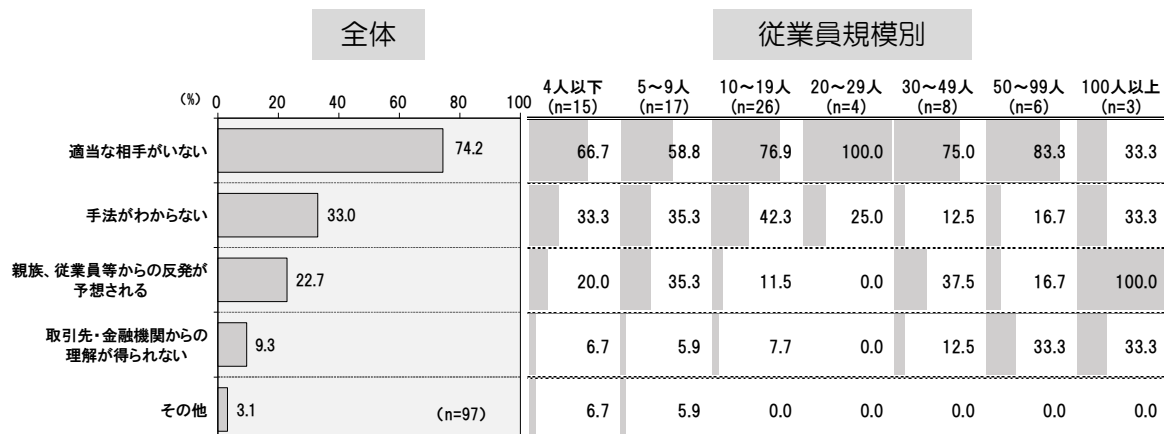


《複数回答》

図 125 他社との統合・合併が難しい理由（従業員規模別）

(※) 質問「他社との統合・合併の実現可能性」において、「実現は難しい」と回答した事業者を集計対象としている。

20 人未満では「適当な相手がいない」に加えて「手法がわからない」や「親族、従業員等からの反発が予想される」が比較的多い



参 考

(図・表索引)

(アンケート調査票)

- 図索引 -

図 1 従業員数	6
図 2 非正規雇用比率.....	6
図 3 非正規雇用比率（過去調査との比較）	7
図 4 男性の非正規雇用比率.....	9
図 5 男性の非正規雇用比率（過去調査との比較）	10
図 6 女性の非正規雇用比率.....	11
図 7 女性の非正規雇用比率（過去調査との比較）	12
図 8 従業員女性比率.....	13
図 9 従業員女性比率（過去調査との比較）	14
図 10 正社員女性比率.....	15
図 11 正社員女性比率（過去調査との比較）	16
図 12 非正規社員女性比率.....	17
図 13 非正規社員女性比率（過去調査との比較）	18
図 14 有給役員女性比率	19
図 15 有給役員女性比率（過去調査との比較）	20
図 16 コロナ禍における従業員の増減（連続回答企業のみ集計）	21
図 17 コロナ禍における女性従業員の増減（連続回答企業のみ集計）	23
図 18 正社員・正職員の平均年齢.....	25
図 19 正社員・正職員の平均年齢（過去調査との比較）	26
図 20 正社員・正職員の平均年齢の変化（連続回答企業のみ集計）	27
図 21 正社員・正職員の平均年収	28
図 22 正社員・正職員の平均年収（過去調査との比較）	29
図 23 直近決算期の売上高.....	32
図 24 直近決算期の営業利益	33
図 25 直近決算期の売上高営業利益率	34
図 26 売上高営業利益率（過去調査との比較）	35
図 27 売上高営業利益率（令和 3 年度、従業員規模別）	37
図 28 売上高営業利益率（過去調査との比較、従業員規模別）	38
図 29 売上高営業利益率（地域別）	39
図 30 売上高営業利益率（過去調査との比較、地域別）	40
図 31 直近決算期の当期純利益	41
図 32 売上高当期純利益率	41
図 33 売上高当期純利益率（過去調査との比較）	43
図 34 売上高の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]）	45
図 35 売上高の増減（過去調査との比較）	46

図 36 営業利益の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]）	47
図 37 営業利益の増減（過去調査との比較）	48
図 38 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]）	49
図 39 売上高に対する営業費用の割合の変化（過去調査との比較）	50
図 40 売上高営業利益率が「改善」した理由（※ポイント割合）	51
図 41 売上高営業利益率が「悪化」した理由（※ポイント割合）	52
図 42 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業）	53
図 43 コロナ禍における業績変化（連続回答企業）	55
図 44 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]）	57
図 45 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]）	59
図 46 売上高の増減（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、従業員規模別）	62
図 47 売上高の増減（過去調査との比較、従業員規模別）	63
図 48 営業利益の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、従業員規模別）	64
図 49 営業利益の増減（過去調査との比較、従業員規模別）	65
図 50 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、従業員規模別）	66
図 51 売上高に対する営業費用の割合の変化（過去調査との比較）	67
図 52 売上高営業利益率が「改善」した理由（※ポイント割合、従業員規模別）	68
図 53 売上高営業利益率が「悪化」した理由（※ポイント割合、従業員規模別）	68
図 54 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業、従業員規模別）	69
図 55 コロナ禍における業績変化（連続回答企業、従業員規模別）	70
図 56 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、従業員規模別）	71
図 57 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、従業員規模別）	71
図 58 売上高の増減（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、地域別）	73
図 59 営業利益の変化の度合い（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、地域別）	73
図 60 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、地域別）	74
図 61 売上高営業利益率が「改善」した理由（※ポイント割合、地域別）	74
図 62 売上高営業利益率が「悪化」した理由（※ポイント割合、地域別）	75
図 63 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業、地域別）	76
図 64 コロナ禍における業績変化（連続回答企業、地域別）	76
図 65 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、地域別）	77
図 66 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、地域別）	77
図 67 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁の必要性	78
図 68 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁の必要性（過去調査との比較）	79
図 69 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁状況	80
図 70 営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁状況（過去調査との比較）	81
図 71 自社の競争力（自社評価）	82

図 72 自社業界の競争の激しさ（自社評価）	82
図 73 自社業界の成長性（自社評価）	83
図 74 取引先との価格交渉の機会有無（自社評価）	83
図 75 価格転嫁に対して理解ある取引先の多さ（自社評価）	84
図 76 取引先（販売先）との取引条件の変化	87
図 77 取引先（販売先）との取引条件の変化（過去調査との比較）	88
図 78 改善してほしい取引慣行・商慣習（産業別）	89
図 79 改善してほしい取引慣行・商慣習（従業員規模別・地域別）	90
図 80 従業員に関する課題	91
図 81 従業員に関する課題（従業員規模別）	93
図 82 従業員に関する課題（地域別）	93
図 83 仕事の内容・やりがい（自社評価）	94
図 84 職場の人間関係（自社評価）	94
図 85 職場環境[安全・衛生、快適性]（自社評価）	95
図 86 従業員の心の健康確保（自社評価）	95
図 87 賃金水準（自社評価）	96
図 88 人事評価・処遇（自社評価）	96
図 89 労働時間・休暇制度（自社評価）	97
図 90 従業員の育成（自社評価）	97
図 91 性別にとらわれない働きやすさ（自社評価）	98
図 92 高齢者の働きやすさ（自社評価）	98
図 93 障害者の働きやすさ（自社評価）	99
図 94 外国人の働きやすさ（自社評価）	99
図 95 令和4年度実施予定の設備投資の目的	104
図 96 令和4年度実施予定の設備投資の目的（従業員規模別）	105
図 97 コロナ禍における事業活動の抑制で実施したこと	107
図 98 コロナ禍における事業活動の抑制で現在も実施していること	109
図 99 コロナ禍における事業内容・ビジネスモデルの変化	111
図 100 コロナ禍で見られた事業内容やビジネスモデルの変化の内容	111
図 101 事業内容・ビジネスモデルの変化による事業運営への効果	113
図 102 事業内容・ビジネスモデルの変化による事業運営への効果（従業員規模別）	113
図 103 コロナ禍における販路開拓・顧客獲得に向けて実施したこと	114
図 104 販路開拓・顧客獲得の成果	115
図 105 販路開拓・顧客獲得の成果（全体の売上高への貢献度）	115
図 106 コロナ禍における供給制約の影響（供給停滞の仕入品の有無）	116
図 107 供給制約の影響はどの程度続くか	117

図 108 企業物価（仕入価格）上昇への対処方針	118
図 109 企業物価（仕入価格）上昇への対処方針（足下の価格転嫁の状況別） ...	118
図 110 IT 活用で解決したい課題.....	120
図 111 IT を活用して実施している取組.....	121
図 112 IT を活用して実施している取組（従業員規模別）	121
図 113 IT 人材の確保状況.....	123
図 114 IT 人材の確保状況（従業員規模別）	124
図 115 DX の必要性.....	125
図 116 DX の必要性（従業員規模別）	125
図 117 DX の必要性（IT 活用で解決したい課題別）	126
図 118 外部連携で実施している取組	128
図 119 外部連携で実施している取組（従業員規模別）	128
図 120 他社との統合・合併の必要性	129
図 121 他社との統合・合併の必要性（従業員規模別）	130
図 122 他社との統合・合併の実現可能性	131
図 123 他社との統合・合併の実現可能性（従業員規模別）	132
図 124 他社との統合・合併が難しい理由	133
図 125 他社との統合・合併が難しい理由（従業員規模別）	133

- 表索引 -

表 1 非正規雇用比率の平均値（全国調査との比較）	8
表 2 男性の非正規雇用比率の平均値（全国調査との比較）	9
表 3 女性の非正規雇用比率の平均値（全国調査との比較）	11
表 4 従業員女性比率の平均値（全国調査との比較）	13
表 5 正社員女性比率の平均値（全国調査との比較）	15
表 6 非正規社員女性比率の平均値（全国調査との比較）	17
表 7 有給役員女性比率の平均値（全国調査との比較）	19
表 8 コロナ禍における従業員の増減（連続回答企業のみ集計、産業別）	22
表 9 コロナ禍における従業員の増減（連続回答企業のみ集計、従業員規模別） ..	22
表 10 コロナ禍における女性従業員の増減（連続回答企業のみ集計、産業別） ...	24
表 11 コロナ禍における女性従業員の増減（連続回答企業のみ集計、従業員規模別） ..	24
表 12 正社員・正職員の平均年齢の平均値（全国調査、過去調査との比較）	25
表 13 正社員・正職員の平均年収の平均値（全国調査、過去調査との比較）	28

表 14 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、産業別）	30
表 15 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、従業員規模別）	30
表 16 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、地域別）	31
表 17 平均年収の増減（連続回答企業のみ集計、正社員・正職員の平均年収階層別）	31
表 18 直近決算期の売上高（連続回答企業のみ集計）	32
表 19 直近決算期の営業利益（連続回答企業のみ集計）	33
表 20 売上高営業利益率の平均値（全国調査、過去調査との比較）	34
表 21 売上高営業利益率（令和 3 年度、業種別）	36
表 22 売上高営業利益率の平均値（過去調査との比較、従業員規模別）	37
表 23 売上高営業利益率の平均値（過去調査との比較、地域別）	39
表 24 売上高当期純利益率の平均値（過去調査との比較）	42
表 25 売上高に対する営業費用の割合の変化（令和 3 年度業績[令和 2 年度比]、業種別） ..	49
表 26 平成 26 年から令和 3 年にかけての業績変化（連続回答企業、業種別）	54
表 27 コロナ禍における業績変化（連続回答企業、業種別）	56
表 28 売上高の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、業種別）	58
表 29 営業利益の増減（令和 4 年度業績見通し[令和 3 年度比]、業種別）	60
表 30 従業員に関する課題（業種別）	92
表 31 コロナ禍における事業活動の抑制で実施したこと（業種別）	108
表 32 コロナ禍における事業活動の抑制で現在も実施していること（業種別） ..	110
表 33 コロナ禍で見られた事業内容やビジネスモデルの変化の内容（業種別） ..	112
表 34 コロナ禍で供給が滞っている原材料・部品・製品	116
表 35 IT を活用して実施している取組（業種別）	122
表 36 今後実施したいと考えている IT 活用の取組 IT	123
表 37 他社と統合・合併の必要性を感じない理由	131

県内企業の経営実態調査 アンケート調査票

1. 企業概要について

貴社の概要についてご記入ください。(貴社名に誤りがございましたら訂正をお願いします。)

貴社名				
資本金	(百万円) ※単位にご注意ください	ご回答者 役職・氏名		
従業員数(*1)	【男性】 (人)	正社員・正職員数(*2)	【男性】 (人)	【女性】 (人)
	【女性】 (人)	有給の役員数	【男性】 (人)	【女性】 (人)
正社員・正職員の 平均年齢	(歳)	正社員・正職員の 平均年収	【年収】 (万円)	
直近の決算年月	年 月	直近の売上高 (年間)	(百万円) ※単位にご注意ください	
直近の営業利益	(百万円) ※単位にご注意ください	直近の当期純利益	(百万円) ※単位にご注意ください	

直近1年以内で、記入しやすい時点の値をご回答ください。

*1 従業員数・・・有給役員、家族従業員、正社員、嘱託・契約社員、パート・アルバイト、他社への出向・派遣者数の合計値。

*2 正社員・正職員・・・有給役員は含まず、「無期雇用」、「フルタイム」、「直接雇用」の3つの条件を満たす人のことを意味します。

2. 2021年度の企業業績見通しについて

① 2020年度決算に比べて2021年度決算の売上高(見通しまたは実績)はどうでしたか。(1つに○)

1. 2割以上の増加 2. 1割以上2割未満の増加 3. 1割未満の増加 4. 横ばい
5. 1割未満の減少 6. 1割以上2割未満の減少 7. 2割以上の減少 8. わからない

② 2020年度決算に比べて2021年度決算の営業利益(見通しまたは実績)はどうでしたか。(1つに○)

1. 2割以上の増加 2. 1割以上2割未満の増加 3. 1割未満の増加 4. 横ばい
5. 1割未満の減少 6. 1割以上2割未満の減少 7. 2割以上の減少 8. わからない

③ 売上高に対する営業費用(売上原価+販売費及び一般管理費)の割合について、2020年度決算に比べて2021年度決算(見通しまたは実績)はどうなりましたか。(1つに○)

1. 上昇している 2. ほとんど変わらない 3. 下降している

④ 質問③で「1」、「3」を選択された方にお尋ねします。上昇あるいは下降の要因となった費目について、主なものを3つ、影響度の大きい順番でご記入ください。

1. 原材料費 2. 燃料費 3. 運送費 4. 電気料金
5. 減価償却費 6. 外注費 7. 人件費(正規雇用) 8. 人件費(非正規雇用)
9. その他()

1位		2位		3位	
----	--	----	--	----	--

⑤ 2022年度決算の業績見通し(2021年度比)をお教え下さい。(1つに○)

- 売上高 1. 増加 2. 横ばい 3. 減少 4. わからない
営業利益 1. 増加 2. 横ばい 3. 減少 4. わからない

3. 営業費用の増加分の販売価格への転嫁状況及び取引条件について

① 2021 年度における営業費用の増加分に対する販売価格への転嫁状況をお教えてください。(1つに○)

- | | | |
|-------------|----------------|--------------------|
| 1. 転嫁の必要はない | 2. 十分に転嫁できている | 3. 交渉中である |
| 4. 転嫁できていない | 5. 十分に転嫁できていない | 6. 転嫁したが、その後再び引下げた |

② 価格転嫁に関わる以下の項目について、貴社の状況をお教えてください。(それぞれ1つに○)

項目	はい	どちらでもない	いいえ	わからない (答えられない)
競合他社に比べて、自社の競争力は総じて高い	1	2	3	4
自社の業界は競争が激しい(競合他社が多い)	1	2	3	4
自社の業界は成長している(市場規模が拡大)	1	2	3	4
取引条件について取引先と協議できる機会がある	1	2	3	4
価格転嫁について理解のある取引先が多い	1	2	3	4

③ 政府は「買いたたき」、「割引困難な手形(長期手形)の交付」、「不当なコスト負担の押しつけ」等の不適正な取引慣行を是正し、企業間の取引条件の改善を目指しています。直近1年間における貴社と取引先(販売先)との取引条件は改善しましたか。(1つに○)

- | | | |
|-----------|--------------------------|---------|
| 1. 改善している | 2. 悪化している | 3. 変化なし |
| 4. わからない | 5. 販売先が主に消費者であるため、回答できない | |

④ 取引慣行や業界独自の商慣習について、改善して欲しいと感じるものがあれば、お教えてください。(全てに○)

- | | | |
|-----------------|---------------|------------------|
| 1. 度重なる手形支払い | 2. 長い支払いサイト | 3. 不当な値引き要請・慣行 |
| 4. 過度な原価低減要請 | 5. 不当なコスト負担 | 6. 一方的な取引条件の変更 |
| 7. 取引条件に関する協議拒否 | 8. 無償での役務提供要請 | 9. 一方的な受領拒否・返品 |
| 10. その他 () | | 11. 特になし(回答できない) |

4. 人事・労務について

① 従業員について、貴社が直面している課題をお教え下さい。(全てに○)

- | | | |
|----------------|------------|------------|
| 1. 人材確保難(人手不足) | 2. 離職者の増加 | 3. 従業員の高齢化 |
| 4. 従業員の働く意欲低下 | 5. その他 () | 6. 特になし |

② 「働きやすい」、「働きがいのある」職場づくりを進めることが、従業員の働く意欲向上や人材確保にとって重要とされています。この点について、以下の項目に関する自社評価をお願いします。(それぞれに1つ○)

項目	評価できる	どちらでもない	課題がある	わからない (回答できない)
仕事の内容・やりがい	1	2	3	4
職場の人間関係	1	2	3	4
職場環境(安全・衛生・快適性)	1	2	3	4
従業員の心の健康確保	1	2	3	4
賃金水準	1	2	3	4
人事評価・処遇	1	2	3	4
労働時間・休暇制度	1	2	3	4
従業員の育成	1	2	3	4
性別にとらわれない働きやすさ	1	2	3	4
高齢者の働きやすさ	1	2	3	4
障害者の働きやすさ	1	2	3	4
外国人の働きやすさ	1	2	3	4

5. 設備投資について

① 来年度に実施予定の設備投資（設備更新、維持・修繕含む）について、その投資目的は何ですか。（全てに○）

- | | | |
|--------------|---------------------------------|-------------------|
| 1. 新規事業の展開 | 2. 設備の能力増強 | 3. 品質向上 |
| 4. 合理化・省力化 | 5. IT 導入（デジタル化） | 6. 新型コロナウイルス感染症対策 |
| 7. 脱炭素 | 8. 防災・減災 | 9. 設備更新 |
| 10. 設備の維持・修繕 | 11. その他（ ） | 12. 設備投資は行わない |

6. コロナ禍における取組について

① 2020 年 1 月以降のコロナ禍による活動抑制への対応として、実施したことをお教えてください。（全てに○）

- | | | |
|------------------|---------------------------------|-----------------|
| 1. 出張・商談・営業活動の自粛 | 2. 営業時間の短縮 | 3. 一定期間の休業 |
| 4. 事業規模縮小 | 5. 設備投資の縮小・延期 | 6. 従業員の一時休業 |
| 7. 従業員給与の減額 | 8. 従業員の解雇 | 9. 非正規雇用の拡充 |
| 10. 自主廃業の検討 | 11. その他（ ） | 12. 特になし（→質問③へ） |

② 質問①で回答された取組について、現在は実施していないものがあれば、その番号をご記入下さい。

③ コロナ禍を受けて、事業内容やビジネスモデルに変化は見られますか。（1つに○）

1. 大きく変化した 2. やや変化した 3. 変化なし（→質問⑥へ） 4. 今後変化させる予定（→質問⑥へ）

④ 質問③で「1」、「2」を選択された方にお尋ねします。どのような変化が見られましたか。（全てに○）

- | | | |
|----------------|--------------|--------------------------------|
| 1. 新分野・新業態への進出 | 2. 業種転換 | 3. 新製品・商品、新サービス、新技術の開発 |
| 4. 不採算事業の選別 | 5. 顧客・販路の多様化 | 6. その他（ ） |

⑤ 質問③で「1」、「2」を選択された方にお尋ねします。事業内容・ビジネスモデルの変化について、事業運営への効果は見られますか。（1つに○）

1. 効果が見られる 2. 今後、効果が期待できる 3. 効果は期待できない 4. わからない

⑥ コロナ禍における販路開拓・顧客獲得において、実施している取組をお教えてください。（全てに○）

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. 顧客ニーズの把握及び顧客情報の有効活用 | 2. 既存顧客との関係強化 |
| 3. 新規販路・顧客の開拓 | 4. 営業・マーケティング人材の育成強化・採用 |
| 5. 広告・販売促進の強化 ※SNS の活用を含む（具体的に： ） | |
| 6. インターネット上（オンライン）での商談・営業 | 7. その他（ ） |
| 8. 特になし（→質問⑧へ） | |

⑦ 質問⑥で回答された取組により、新たな販路・新たな顧客は獲得できましたか。（1つに○）

1. できた（全体の売上高への貢献度：約 %） 2. できなかった

⑧ コロナ禍における供給網（サプライチェーン）の混乱で半導体・木材等の供給不足が問題になっています。貴社において供給が滞っている原材料・部品・製品はありますか。（1つに○）

1. ある → 「1」を選択の方は、供給が滞っている原材料・部品・製品を下の四角欄にご記入ください。

2. ない（→質問⑩へ）

⑨ 質問⑧で「1」を選択された方にお尋ねします。供給不足の影響はどの程度続くとお考えですか。（1つに○）

1. 1～3 か月程度 2. 半年程度 3. 1 年程度 4. 1 年以上 5. わからない

⑩ 燃料価格などの企業物価（仕入価格）が上昇しています。貴社の対処方針をお教え下さい。（全てに○）

- | | | |
|-------------------|-------------|------------|
| 1. 製品・商品・サービスを見直す | 2. 調達内容を見直す | 3. 調達先を見直す |
| 4. 価格転嫁を進める | 5. 高付加価値化 | 6. 特になし |
| 7. 仕入価格は上昇していない | | |

7. ITの活用について

① IT活用で解決したい経営課題をお教えてください。(全てに○)

- | | |
|----------------------------|--------------------------|
| 1. 販売促進・営業力の強化 | 2. 迅速な業績把握、情報把握 |
| 3. 業務プロセスの効率化（省力化、業務コスト削減） | 4. 働き方改革（テレワーク、ペーパーレス化等） |
| 5. 商品・サービスの差別化・高付加価値化 | 6. 社内コミュニケーションの強化 |
| 7. その他（ | 8. わからない（ITを活用していない） |

② ITを活用した以下の取組について、実施しているものをお教えてください。(全てに○)

- | | |
|------------------------------|-------------------------|
| 1. SNS（ツイッター、インスタ等）での情報発信 | 2. ホームページ構築 |
| 3. インターネット販売 | 4. キャッシュレス決済 |
| 5. 諸業務へのITシステム導入（財務、人事、受発注等） | 6. 機械等の稼働状況のオンライン化（IoT） |
| 7. ネットワーク環境の整備（LAN・サーバー設置等） | 8. Web会議システムの導入 |
| 9. 在宅勤務環境の整備（文書の電子化・脱ハンコ等） | 10. 社内会話ツール（チャット等）の導入 |
| 11. その他（ | 12. 特になし |

③ ITを活用した取組について、今後実施したいと考えているものを下の四角欄にご記入ください。

④ IT人材確保の状況についてお教えてください。(1つに○)

- | | | | |
|-----------|----------|----------|--------------------|
| 1. 不足している | 2. 適正である | 3. 過大である | 4. IT人材の必要性を感じていない |
|-----------|----------|----------|--------------------|

⑤ DX（デジタル・トランスフォーメーション）の必要性を感じますか。(1つに○)

- | | | |
|--------------|---------------|-------------------|
| 1. 必要性を感じている | 2. 必要性を感じていない | 3. DXについて、よく分からない |
|--------------|---------------|-------------------|

8. 外部連携について

① 自社だけでは限られる資源、人材の中で、他社・外部機関との連携の重要性がましています。外部連携をもとに実施している取組をお教え下さい。(全てに○)

- | | | | |
|-----------------|---------|---------|---------|
| 1. 新商品開発・サービス開発 | 2. 販売 | 3. 調達 | 4. 物流 |
| 5. 宣伝 | 6. 人材育成 | 7. その他（ | 8. 特になし |

② 今後、事業を拡大（または継続）するために、他社と統合・合併（協業含む）する必要性を感じますか。(1つに○)

- | | | |
|-----------------|-----------|----------|
| 1. 感じる | 2. 既に実施した | 3. わからない |
| 4. 感じない（感じない理由： | | |

③ 質問②で「1」を選択された方にお尋ねします。統合・合併の実現可能性をお教えてください。(1つに○)

- | | | | | | | | |
|--------------------------|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------------|---------|--|
| 1. 実現できる | <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> <p>「2」をご選択の方は、実現が難しい理由をお教えてください。<u>(全てに○)</u></p> <table border="0"> <tr> <td>1. 手法がわからない（ノウハウがない）</td> <td>2. 適当な相手の存在が見えない（見つからない）</td> </tr> <tr> <td>3. 親族、役員、株主、従業員の反発が予想される</td> <td>4. 取引先・取引金融機関の理解が得られない</td> </tr> <tr> <td>5. その他（</td> <td></td> </tr> </table> </div> | 1. 手法がわからない（ノウハウがない） | 2. 適当な相手の存在が見えない（見つからない） | 3. 親族、役員、株主、従業員の反発が予想される | 4. 取引先・取引金融機関の理解が得られない | 5. その他（ | |
| 1. 手法がわからない（ノウハウがない） | | 2. 適当な相手の存在が見えない（見つからない） | | | | | |
| 3. 親族、役員、株主、従業員の反発が予想される | | 4. 取引先・取引金融機関の理解が得られない | | | | | |
| 5. その他（ | | | | | | | |
| 2. 実現は難しい | | | | | | | |
| 3. わからない | | | | | | | |

◇ 現在の経営状況や課題、今後の見通し等について、どのような見解でも結構ですので、ご記入ください。

