

大垣地域の企業景況調査報告書

令和4年4月～6月期

大垣商工会議所
産業振興委員会

大垣地域の企業景況調査報告（令和4年4～6月期）

○調査要領

当調査活動は、大垣管内の300事業所を対象に各業種の景気動向をはじめ、事業所が抱える経営課題やニーズを把握するため、四半期毎に「大垣地域の企業景況調査」を実施しています。

1. 調査対象期間

令和4年4月～6月期の実績・見込み、及び令和4年7月～9月期の見通しについて調査

2. 調査時点

令和4年6月

3. 調査対象

製造業・建設業・卸売業・小売業・サービス業の5業種

○調査対象事業所区分

区別	製造業	建設業	卸売業	小売業	サービス業	合計
件数	54	30	27	86	103	300
構成比	18.0	10.0	9.0	28.7	34.3	100

4. 調査方法

メール又はFAXを利用

5. 回収状況

回収件数298件 回収率99.3%

6. DI（デフュージョンインデックス）景気動向指数

景気動向全体を表すように工夫された指数で、いわば景気の早見表

$$DI = (\text{増加・好転などの回答割合}) - (\text{減少・悪化などの回答割合})$$

$$\text{状況・採算} : (\text{好転}) - (\text{悪化}) \quad \text{売上} : (\text{増加}) - (\text{減少})$$

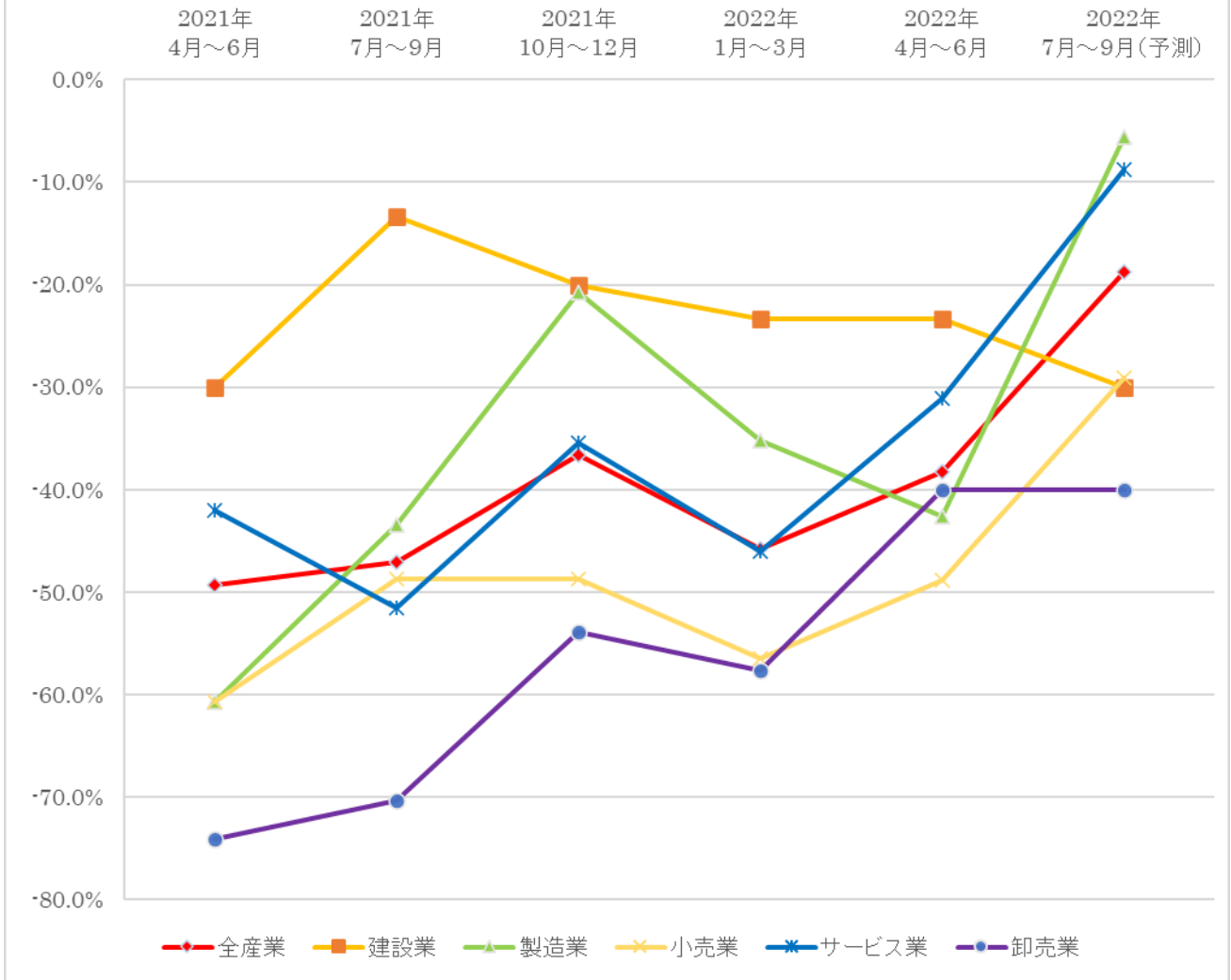
◎全産業の概要

○中小企業の業況は、前期と比較して全体的に回復傾向となった。来期はさらに回復の見込みである。

○全産業の業況判断 DI は、前年同月との比較では 11.0 ポイント増と改善傾向にある。

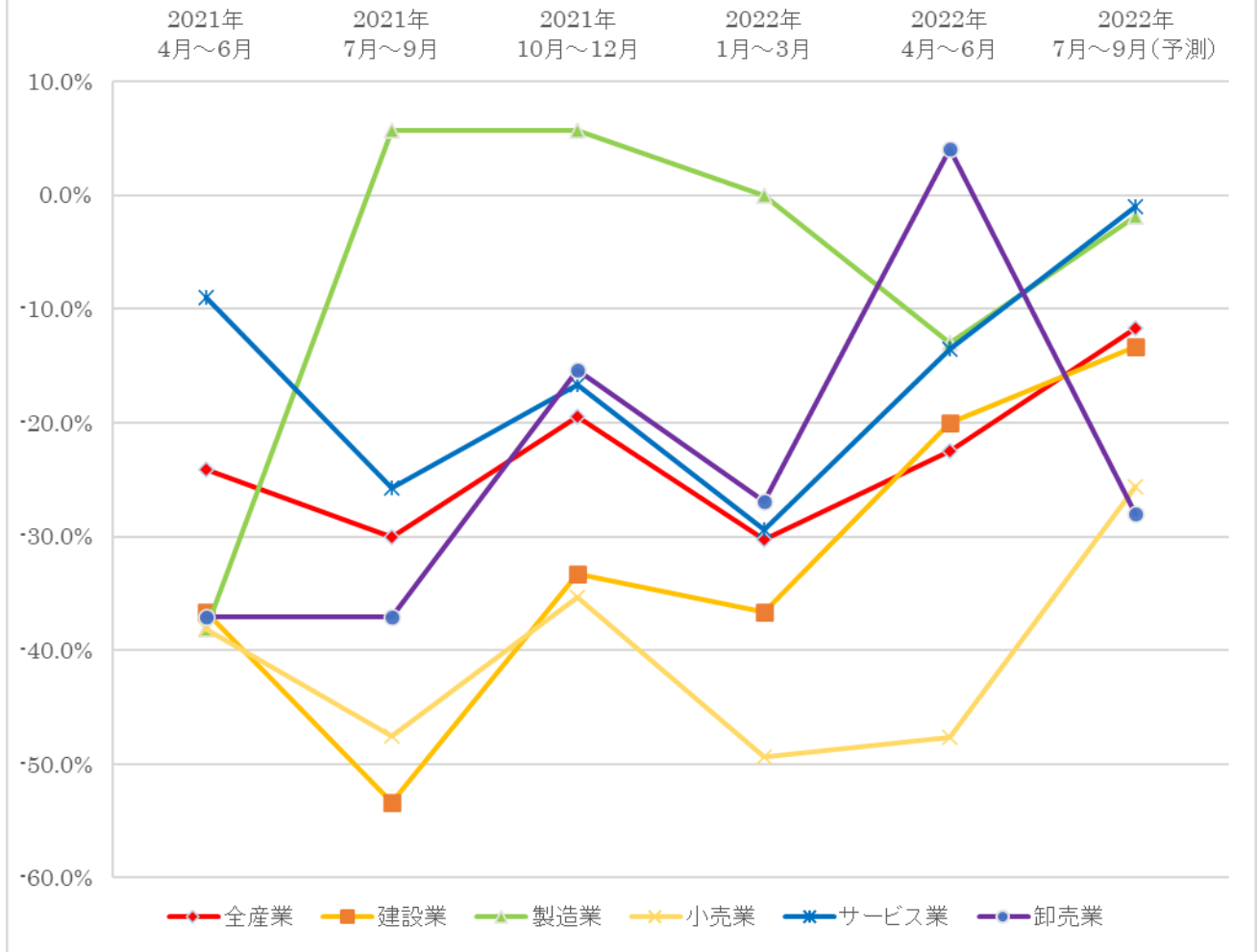
1. 令和 4 年 4～6 月期の全産業の業況判断 DI は、前期▲45.8→今期▲38.3(前期比 7.5 ポイント増)となった。
2. 全産業の売上 DI は、前期▲30.3→今期▲22.5 (前期比 7.8 ポイント増) となり、産業別では製造業が前期 0.0→今期▲13.0 (前期比 13.0 ポイント減) と落ち込んだが、他は卸売業が前期▲26.9→今期 4.0 (前期比 22.9 ポイント増) となるなど、回復傾向となった。
3. 全産業の採算 DI は、前期▲24.2→今期▲12.4 (前期比 11.8 ポイント増) となった。産業別では製造業が前期 3.7→今期▲5.6 (前期比 9.3 ポイント減) と落ち込んだが、他は改善傾向となった。
4. 全産業の設備投資実施企業割合は、前期▲13.8→今期▲42.6 (前期比 28.8 ポイント減) となった。コロナ禍であり、産業別に見ても、すべての産業においてマイナスとなり、来期は製造業、小売業以外はさらにマイナスの予想である。
5. 商品仕入単価 DI は、前期 52.9→今期 65.4 (前期比 12.5 ポイント増) とさらに高騰した。前年同月 25.5→今期 65.4 (前期比 39.9 ポイント増) となり、全産業ともに高騰傾向がみられるが、来期は少し落ち着くか横ばいと見込んでいる。
6. 全産業の資金繰り DI は、前期▲17.2→今期▲14.4 (前期比 2.8 ポイント増) となった。長期資金借入難易度 DI は、前期▲3.7→今期▲2.7 (前期比 1.0 ポイント増) となった。短期資金借入難易度 DI は、前期▲1.3→今期▲0.7 (前期比 0.6 ポイント増) となり、ほぼ横ばいであった。
7. 経営上の問題としては、「原価材料の高騰」「材料価格の上昇」「仕入単価の上昇」等が全産業の上位 2 位までに挙げられている。次に「需要の停滞」「消費者ニーズの変化への対応」と続き、「従業員の確保難」と人材不足の問題も依然として、改善が難しい課題となっている。

1. 業況判断DI



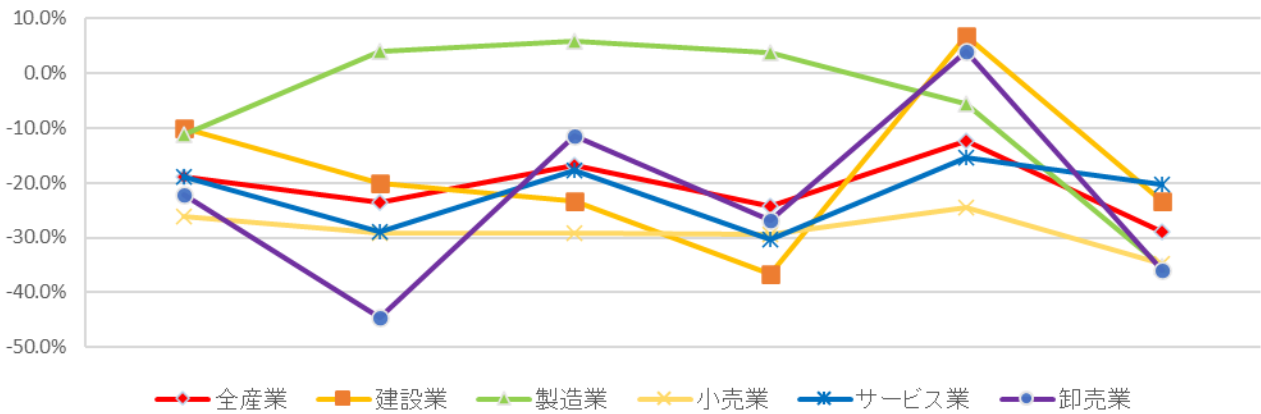
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-49.3%	-47.1%	-36.6%	-45.8%	-38.3%	-18.8%
建設業	-30.0%	-13.3%	-20.0%	-23.3%	-23.3%	-30.0%
製造業	-60.7%	-43.4%	-20.8%	-35.2%	-42.6%	-5.6%
小売業	-60.7%	-48.8%	-48.8%	-56.5%	-48.8%	-29.1%
サービス業	-42.0%	-51.5%	-35.4%	-46.1%	-31.1%	-8.7%
卸売業	-74.1%	-70.4%	-53.8%	-57.7%	-40.0%	-40.0%

2. 売上DI



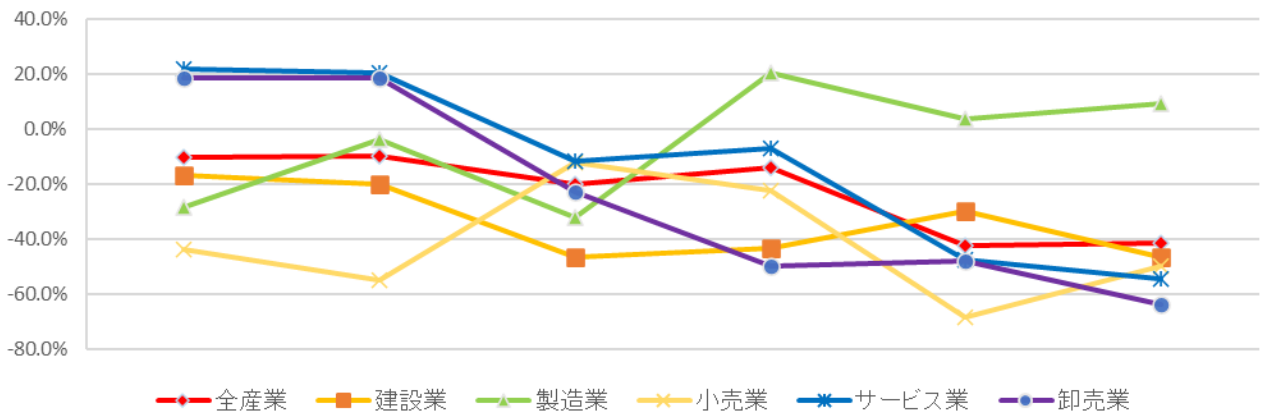
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-24.1%	-30.1%	-19.5%	-30.3%	-22.5%	-11.7%
建設業	-36.7%	-53.3%	-33.3%	-36.7%	-20.0%	-13.3%
製造業	-38.1%	5.7%	5.7%	0.0%	-13.0%	-1.9%
小売業	-38.1%	-47.6%	-35.4%	-49.4%	-47.7%	-25.6%
サービス業	-9.0%	-25.8%	-16.7%	-29.4%	-13.6%	-1.0%
卸売業	-37.0%	-37.0%	-15.4%	-26.9%	4.0%	-28.0%

3. 採算DI



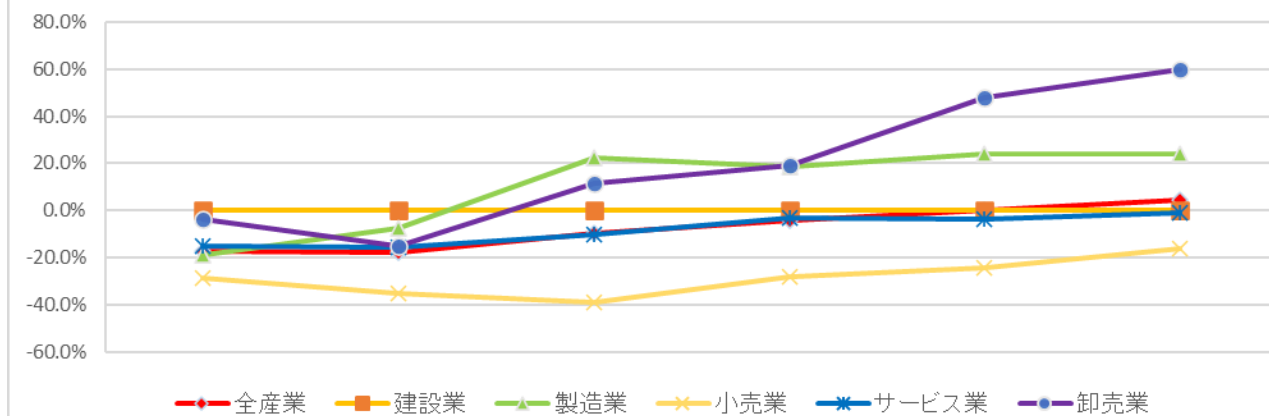
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-19.0%	-23.5%	-16.7%	-24.2%	-12.4%	-28.9%
建設業	-10.0%	-20.0%	-23.3%	-36.7%	6.7%	-23.3%
製造業	-11.3%	3.8%	5.7%	3.7%	-5.6%	-35.2%
小売業	-26.2%	-29.3%	-29.3%	-29.4%	-24.4%	-34.9%
サービス業	-19.0%	-28.9%	-17.7%	-30.4%	-15.5%	-20.4%
卸売業	-22.2%	-44.4%	-11.5%	-26.9%	4.0%	-36.0%

4. 設備投資実施企業割合DI



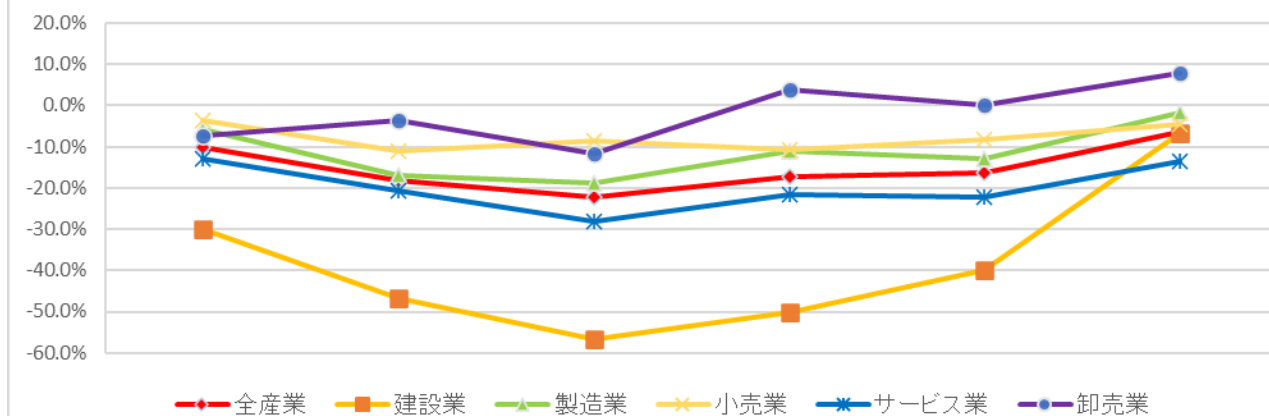
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-10.2%	-9.7%	-20.2%	-13.8%	-42.6%	-41.6%
建設業	-16.7%	-20.0%	-46.7%	-43.3%	-30.0%	-46.7%
製造業	-28.3%	-3.8%	-32.1%	20.4%	3.7%	9.3%
小売業	-44.0%	-54.9%	-12.2%	-22.4%	-68.6%	-50.0%
サービス業	22.0%	20.6%	-11.5%	-6.9%	-47.6%	-54.4%
卸売業	18.5%	18.5%	-23.1%	-50.0%	-48.0%	-64.0%

5. 価格動向DI「売上単価」



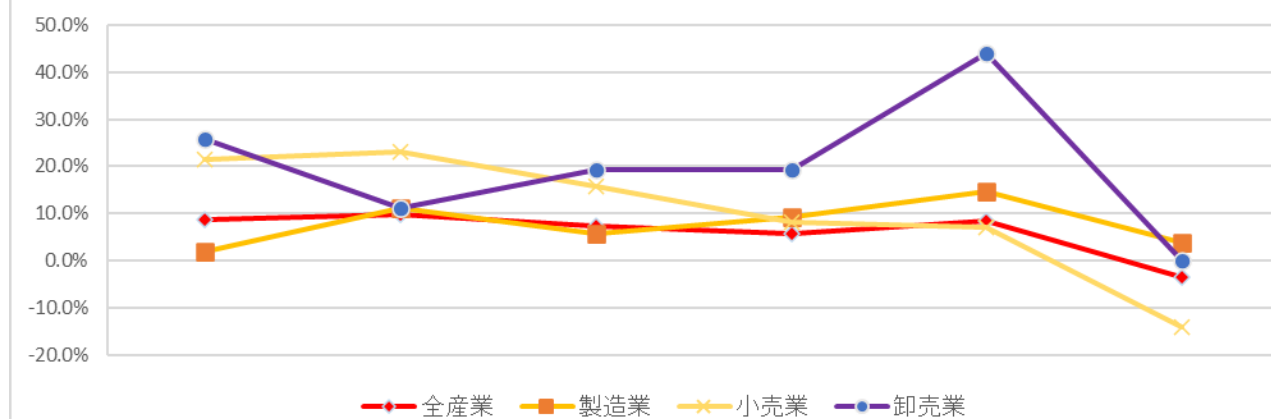
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-17.0%	-18.0%	-9.4%	-4.0%	0.0%	4.4%
建設業	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
製造業	-18.9%	-7.5%	22.6%	18.5%	24.1%	24.1%
小売業	-28.6%	-35.4%	-39.0%	-28.2%	-24.4%	-16.3%
サービス業	-15.0%	-15.5%	-10.4%	-2.9%	-3.9%	-1.0%
卸売業	-3.7%	-14.8%	11.5%	19.2%	48.0%	60.0%

6. 雇用人員DI



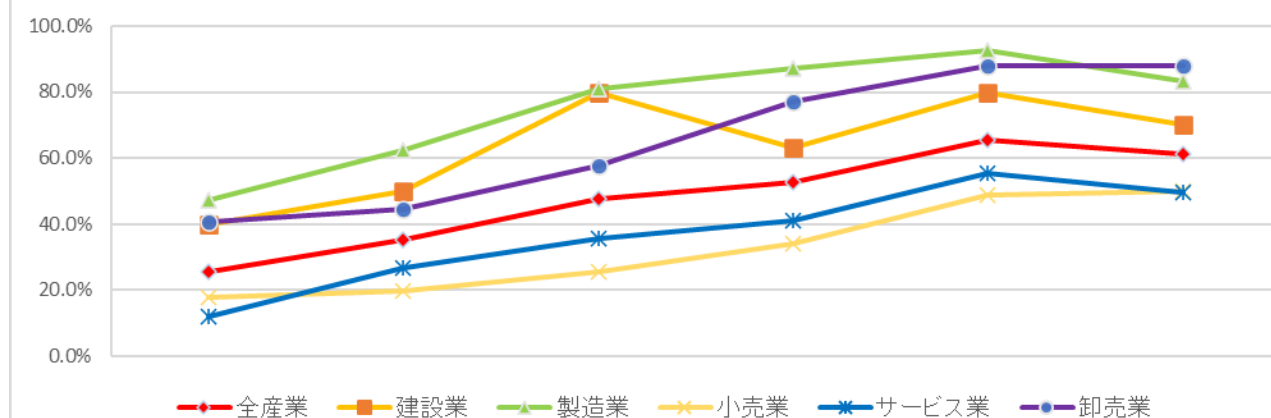
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-10.2%	-18.3%	-22.3%	-17.2%	-16.4%	-6.4%
建設業	-30.0%	-46.7%	-56.7%	-50.0%	-40.0%	-6.7%
製造業	-5.7%	-17.0%	-18.9%	-11.1%	-13.0%	-1.9%
小売業	-3.6%	-11.0%	-8.5%	-10.6%	-8.1%	-4.7%
サービス業	-13.0%	-20.6%	-28.1%	-21.6%	-22.3%	-13.6%
卸売業	-7.4%	-3.7%	-11.5%	3.8%	0.0%	8.0%

7. 在庫水準判断DI



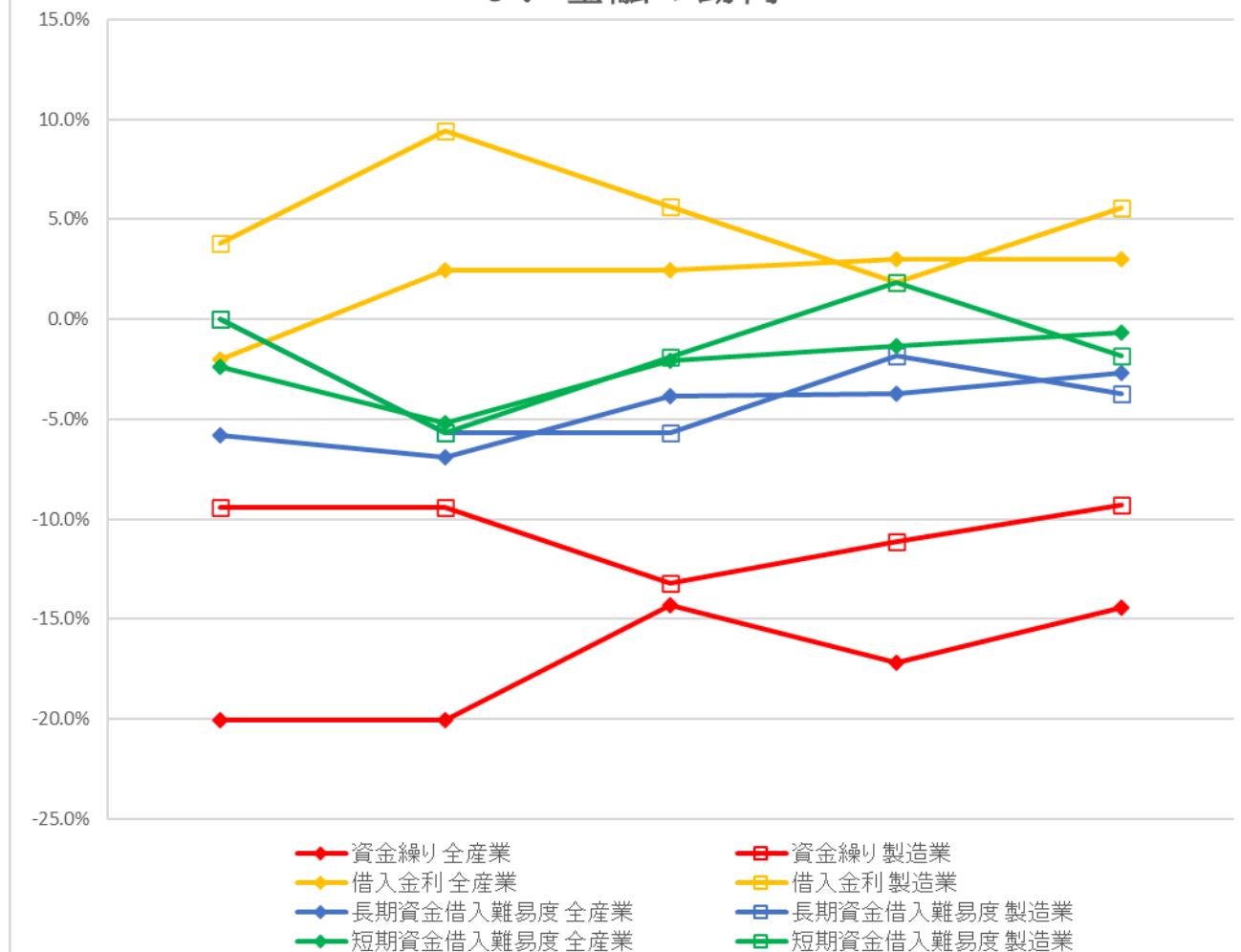
	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	8.8%	9.7%	7.3%	5.7%	8.4%	-3.4%
製造業	1.9%	11.3%	5.7%	9.3%	14.8%	3.7%
小売業	21.4%	23.2%	15.9%	8.2%	7.0%	-14.0%
卸売業	25.9%	11.1%	19.2%	19.2%	44.0%	0.0%

8. 価格動向DI「仕入単価」



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	25.5%	35.3%	47.7%	52.9%	65.4%	61.1%
建設業	40.0%	50.0%	80.0%	63.3%	80.0%	70.0%
製造業	47.2%	62.3%	81.1%	87.0%	92.6%	83.3%
小売業	17.9%	19.5%	25.6%	34.1%	48.8%	50.0%
サービス業	12.0%	26.8%	35.4%	41.2%	55.3%	49.5%
卸売業	40.7%	44.4%	57.7%	76.9%	88.0%	88.0%

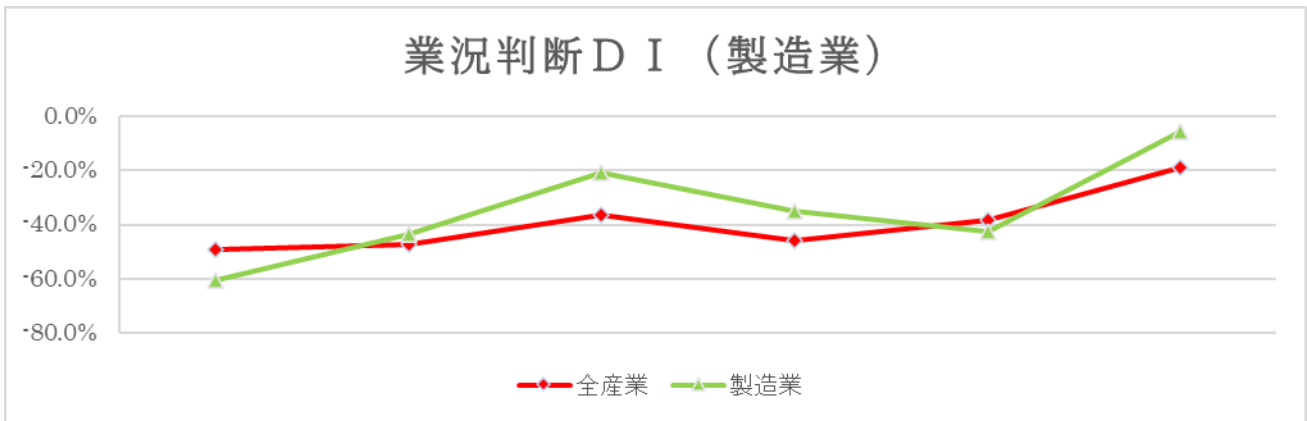
9. 金融の動向



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月
資金繰り 全産業	-20.1%	-20.1%	-14.3%	-17.2%	-14.4%
資金繰り 製造業	-9.4%	-9.4%	-13.2%	-11.1%	-9.3%
借入金利 全産業	-2.0%	2.4%	2.4%	3.0%	3.0%
借入金利 製造業	3.8%	9.4%	5.7%	1.9%	5.6%
長期資金借入難易度 全産業	-5.8%	-6.9%	-3.8%	-3.7%	-2.7%
長期資金借入難易度 製造業	0.0%	-5.7%	-5.7%	-1.9%	-3.7%
短期資金借入難易度 全産業	-2.4%	-5.2%	-2.1%	-1.3%	-0.7%
短期資金借入難易度 製造業	0.0%	-5.7%	-1.9%	1.9%	-1.9%

◎製造業

○状況判断 DI (悪化-悪化)



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-49.3%	-47.1%	-36.6%	-45.8%	-38.3%	-18.8%
製造業	-60.7%	-43.4%	-20.8%	-35.2%	-42.6%	-5.6%

今期の業況判断 DI は、(前期▲35.2) →今期▲42.6 とマイナス幅が拡大した。来期は▲5.6 と大幅な改善を予想している。

売上 DI は、(前期 0.0) →今期▲13.0 と減少したが、来期は▲1.9 と改善する見込みである。

採算 DI は、(前期 3.7) →今期▲5.6 と減少した。

設備投資実施企業割合は (前期 20.4) →今期 3.7 と大幅に減少した。来期は 9.3 と増加の見込みである。

経営上の問題点は、1 位は「原価材料の上昇」、2 位は「需要の停滞」、3 位は、「生産設備の不足」4 位は「製品単価の低下上昇」、5 位は「製品ニーズの変化」であった。

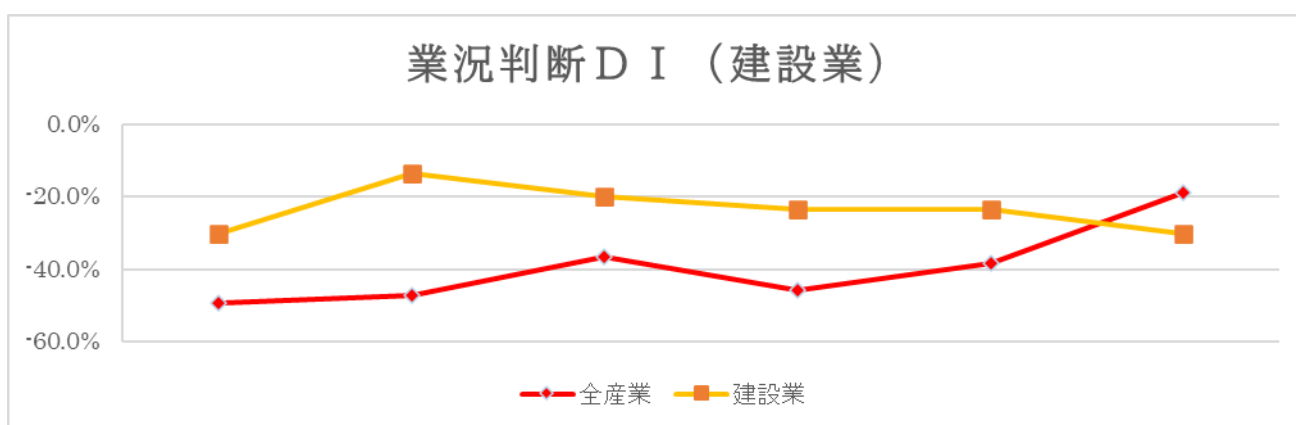
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
2022年 4月～6月	116 原価材料の上 昇	31 需要の停滞	30 生産設備の不 足	27 製品単価の低 下上昇	20 製品ニーズの 変化
2022年 1月～3月	96 原価材料の上 昇	35 需要の停滞	34 製品ニーズの 変化	25 生産設備の不 足	25 製品単価の低 下上昇
2021年 10月～12月	71 原価材料の上 昇	42 製品ニーズの 変化	38 生産設備の不 足	21 需要の停滞	20 従業員の確保 難
2021年 7月～9月	49 需要の停滞	43 原価材料の上 昇	35 生産設備の不 足	33 製品ニーズの 変化への対応	22 従業員の確保 難

<声>

- ・プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律と、その取り組みは理解できる。
ただ、環境に良い素材の即使用は難しい。
- ・プラスチック製造会社として生分解性プラスチックやバイオプラスチックを使用したところで、消費者には理解は得られない。
- ・製品の工夫はもちろんだが、安定した材料の仕入れ量・単価が製造業にとって現時点で一番求めている。
- ・社内コンピューターの革新が遅れている。(DX化)
- ・半導体不足、上海ロックダウンによる生産停止及びウクライナ情勢を主とする要因による原材料価格の急激な上昇に直面しており、業況は非常にきびしい。
- ・PKG 事業は、データセンター向けを中心に引き続きサーバー市場が堅調に推移している。
- ・原材料等の値上げによって、商品の値上げを実施したところ、売上が予想以上に減った。
- ・余剰設備の売却をすすめている。
- ・今期は未だにコロナ禍の影響を引きずっており、以前の取引先が戻る目処もないが、新規事業の拡大のため準備してきたので、来期に期待する。

◎建設業

○状況判断 DI (悪化-横ばい)



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-49.3%	-47.1%	-36.6%	-45.8%	-38.3%	-18.8%
建設業	-30.0%	-13.3%	-20.0%	-23.3%	-23.3%	-30.0%

今期の業況判断 DI は、(前期▲23.3) →今期▲23.3 と横ばいだった。来期は▲30.0 とマイナス幅の拡大を予想している。

売上 DI は、(前期▲36.7) →今期▲20.0 と増加した。来期も▲13.3 と増加を予想している。

採算 DI は、(前期▲36.7) →今期 6.7 と大幅に増加した。来期は▲23.3 と減少を予想している。

設備投資実施企業割合は（前期▲43.3）→今期▲30.0と改善された。来期は▲46.7とマイナス幅の拡大を予想している。

経営上の問題点は、1位は「材料価格の上昇」、2位は「従業員の確保難」、3位は「材料の入手難」、4位は「請負単価の低下・上昇難」、5位は「官公需要の停滞」と順位は前後したものの同内容が上位となったが、新たに「請負単価の低下・上昇難」が挙げられた。

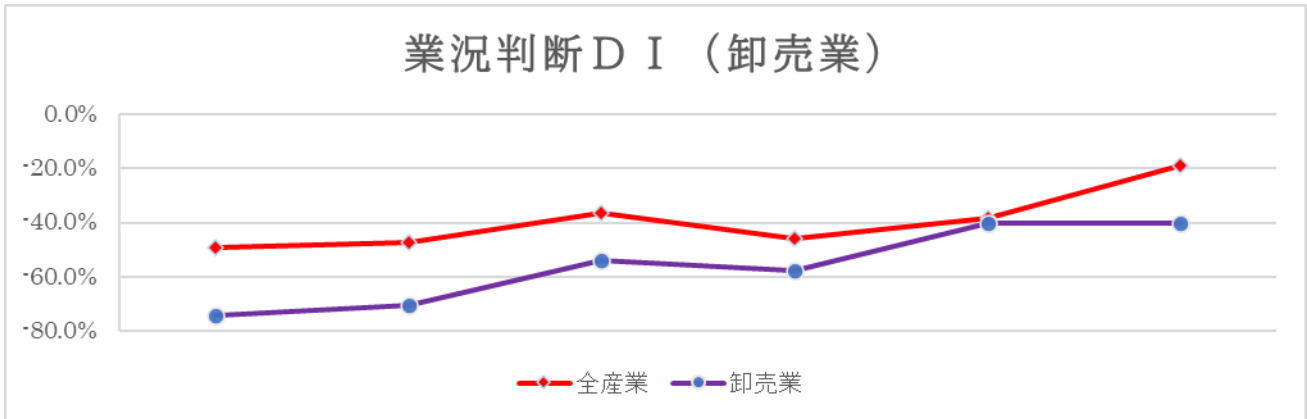
	1位	2位	3位	4位	5位
2022年 4月～6月	51 材料価格の上昇	27 従業員の確保難	15 材料の入手難	12 請負単価の低下・上昇難	12 官公需要の停滞
2022年 1月～3月	39 材料価格の上昇	26 従業員の確保難	19 民間需要の停滞	15 官公需要の停滞	12 人件費の増加
2021年 10月～12月	36 材料価格の上昇	35 従業員の確保難	17 材料の入手難	13 熟練技術者の確保難	12 民間需要の停滞
2021年 7月～9月	37 民間需要の停滞	26 従業員の確保難	20 材料価格の上昇	20 官公需要の停滞	11 熟練技術者の確保難

<声>

- ・材料などの単価上昇が、請負価格に反映されにくい。
- ・昨年度は売上が悪化したが、再び戻ってきた。ただし、材料の一部は倍に上昇した。
- ・ウッドショック以降、諸材料、諸資材の超価格UPのコスト高を、販売価格に転嫁できない。
- ・材料費や燃料費の高騰により、利益確保が難しくなっている。
- ・受注は官公庁の発注がこれからのため、受注件数は少ないが、今期は全体的に減少すると思われる。
- ・燃料費のほか、様々なところで金額が高騰しており、大変厳しい状況にある。
- ・人材技術の向上不足のため、仕事がスムーズに出来ていない。

◎卸売業

○状況判断 DI (悪化－好転)



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-49.3%	-47.1%	-36.6%	-45.8%	-38.3%	-18.8%
卸売業	-74.1%	-70.4%	-53.8%	-57.7%	-40.0%	-40.0%

今期の業況判断 DI は、(前期▲57.7) →今期▲40.0 と回復した。来期も▲40.0 と横ばいを予想している。

売上 DI は、(前期▲26.9) →今期 4.0 と増加した。来期は▲28.0 と減少を予想している。

採算 DI は、(前期▲26.9) →今期 4.0 と好転となった。来期は大幅な減少を予想している。

設備投資実施企業割合は (前期▲50.0) →今期▲48.0 とほぼ横ばいであった。来期は▲64.0 とマイナス幅の拡大を予想している。

経営上の問題点は、1位は「仕入れ単価の上昇」、2位は「需要の停滞」、3位は「販売単価の低下・上昇難」、4位は「従業員の確保難」、5位は「人件費以外の経費増加」であった。

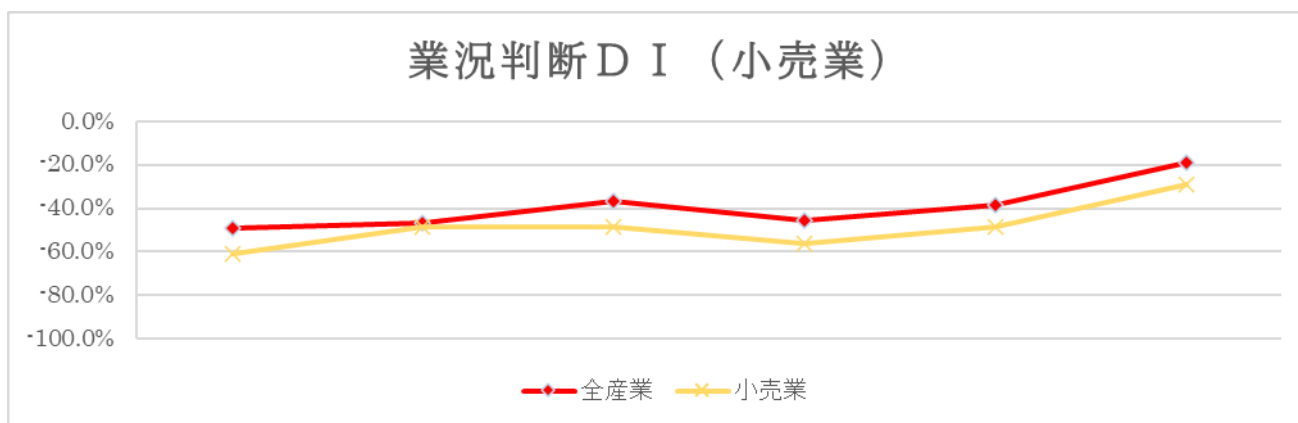
	1位	2位	3位	4位	5位
2022年 4月～6月	49 仕入れ単価の上昇	29 需要の停滞	12 販売単価の低下・上昇難	10 従業員の確保難	9 人件費以外の経費増加
2022年 1月～3月	46 仕入れ単価の上昇	27 需要の停滞	13 販売単価の低下・上昇難	13 従業員の確保難	8 店舗・倉庫の老朽化
2021年 10月～12月	28 仕入れ単価の上昇	19 販売単価の低下・上昇難	14 従業員の確保難	14 需要の停滞	11 その他
2021年 7月～9月	35 需要の停滞	31 仕入れ単価の上昇	17 販売単価の低下・上昇難	11 人件費の増加	8 大企業の進出による競争の激化

<声>

- ・新型コロナウイルスによる、まん延防止等が解除されたが、従来通りには戻らず、売上がダウンしている。
- ・まだまだ売上がコロナの影響大である。
- ・客先の値上げの価格交渉が厳しい。
- ・中国のロックダウン、ウクライナ侵攻の影響などで石油の値上がりが厳しく、この先が全く不透明である。
- ・円安による商品仕入れコストや原油高騰による配送コストの増加分を販売価格へ転嫁していけるかが当面の課題となる。
- ・収支バランス悪化傾向につき、社内の設備投資などの減少、販管費コスト削減に努める。
- ・急激な円安によって、木材以外のコストも上昇していくことが懸念される。

◎小売業

○状況判断 DI (悪化－好転)



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-49.3%	-47.1%	-36.6%	-45.8%	-38.3%	-18.8%
小売業	-60.7%	-48.8%	-48.8%	-56.5%	-48.8%	-29.1%

今期の業況判断 DI は、(前期▲56.5) →今期▲48.8 と改善された。来期もマイナス予想だが、▲29.1 と改善を予想している。

売上 DI は、(前期▲49.4) →今期▲47.7 とほぼ横ばいであった。来期は▲25.6 と大幅な改善を予想している。

採算 DI は、(前期▲29.4) →今期▲24.4 と少し改善された。来期は▲34.9 とさらにマイナス幅の拡大を予想している。

設備投資実施企業割合は (前期▲22.4) →今期▲68.6 と減少した。来期は▲50.0 と改善を予想している。

経営上の問題点は、1位は「消費者ニーズの変化への対応」、2位は「仕入単価の上昇」、3位は「需要の停滞」、4位は「大型店・中型店の進出による競争の激化」、5位は「店舗の老朽化」であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
2022年 4月～6月	90 消費者ニーズ の変化への対 応	70 仕入単価の上 昇	57 需要の停滞	43 大型店・中型 店の進出によ る競争の激化	30 店舗の老朽化
2022年 1月～3月	75 需要の停滞	74 消費者ニーズ の変化への対 応	59 仕入単価の上 昇	38 販売単価の低 下・上昇難	28 店舗の老朽化
2021年 10月～12月	69 消費者ニーズ の変化への対 応	61 需要の停滞	42 販売単価の低 下・上昇難	37 仕入単価の上 昇	35 店舗の老朽化
2021年 7月～9月	82 需要の停滞	78 消費者ニーズ の変化への対 応	36 仕入単価の上 昇	31 大型店・中型 店の進出によ る競争の激化	30 販売単価の低 下・上昇難

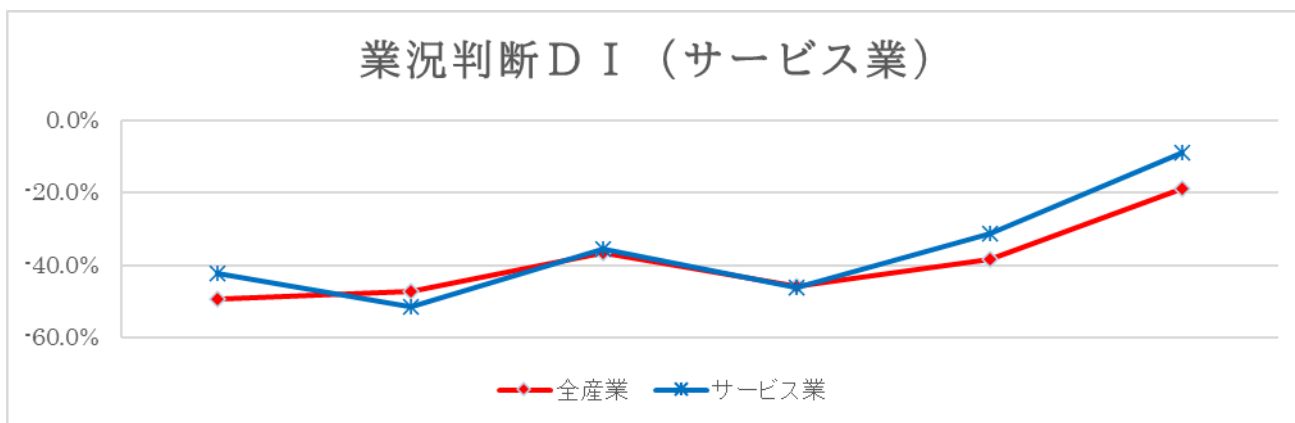
<声>

- ・イベント、旅行の増加で徐々に仕事が増えている。
- ・得意先が少しでも値段の安い店から仕入れたいという話が出ると、個人の酒屋では太刀打ちできない難しさがあります。
- ・アルバイトの時給が上がってきているので、経営が苦しくなっている。
- ・新型コロナで依然として需要低迷している。
- ・ロックダウンにより、品なしである。
- ・まだまだコロナ禍ではあるものの、展示会やイベントの開催が増えてきており、当社も出店参加の機会を増やす方向で検討出来ている。
- ・R4.4月～R4.6月は特に売上が減少した。
- ・新規事業への転換に努めている。
- ・コロナ前のように人が集まらない。
- ・社会保険、労働保険等の負担が多く、厳しい状況である。
- ・半導体不足による新車供給の遅れ、それに伴う中古車価格の上昇分が利益に転嫁できず、苦慮している。
- ・半導体不足による商品等の遅れが多発している。
- ・差別化スキルを硬化継続できる対応をする。
- ・牛肉の仕入れ頭数を見直したが、今後、牛肉仕入単価の上昇が予想されているため、さらに様々に改善していく必要を感じている。
- ・人員不足、コスト上昇、販売不振で先行きは暗い。
- ・昨年より2回目、3回目の値上げ要請があり、仕入れ額がふくらんでいる。
- ・年末にかけて事業資金の借入が出来るか、資金需要益代で会社が維持できるかの瀬戸際である。
- ・円安や原材料コスト上昇により、仕入価格の上昇が懸念される。巣ごもり需要の反動減と消費マインドの悪化も懸念される。

- ・世の中が回復の中で、人の気持ちが様々な方向へ分散し傾向が読めない。
- ・大垣の駅前通りはコロナ禍で人が出てこないこともあるが、閉まっている店も多く、特に郭町などの人が少なく、大型店で何でも揃うし、ますます駅通りはさみしくなる一方である。特に土、日は人が少ない。当店も1日に客が1人～2人の時があり、毎月赤字である。
- ・車の生産停止や納期などが不透明な状況もあり、車の販売について活動しづらい状況がある。
- ・看板税について考えてほしい。
- ・コロナの影響もあり当社の営業スタイル（訪問型営業案内）がコロナ禍により大きく痛手を被っていること、またコロナ禍の長期化による需要の停滞及び客単価の低下、昨今の原材料高騰の価格転嫁も相まって思うように売上が好転していない。
- ・イベントがコロナの影響で中止や延期となった影響が需要の停滞に大きく寄与しており、開催されても前のように戻るには時間がかかる。
- ・新車の納期遅れによる代車の確保、車検代無償対応など、目に見えないマイナス面がづらい。
(例) 代車、レンタカー3か月なら9万～15万を無償対応、車販利益10万円に対するマイナス仕事が多い
- ・生活様式の変化により実感がはっきりと分かる。
(例) 仏壇の単価の変化 売上本数は昔と変わらないが総売上高の変化が分かる。
- ・品不足、価格の上昇が大きく見積期限が短くなり、手配に困る。
- ・コロナや戦争など外部環境の責任にせず、ユニーク企業として地域に成立する事を約束する。
- ・輸入に頼る業種ゆえに、仕入単価が上昇するばかりで経営は困難である。

◎サービス業

○状況判断 DI (悪化－好転)



	2021年 4月～6月	2021年 7月～9月	2021年 10月～12月	2022年 1月～3月	2022年 4月～6月	2022年 7月～9月 (予測)
全産業	-49.3%	-47.1%	-36.6%	-45.8%	-38.3%	-18.8%
サービス業	-42.0%	-51.5%	-35.4%	-46.1%	-31.1%	-8.7%

今期の業況判断 DI は、(前期▲46.1) →今期▲31.1 と好転した、来期もマイナス予想だが、▲8.7 と大幅な改善を予想している。

売上 DI は、(前期▲29.4) →今期▲13.6 と改善した。来期は▲1.0 と大幅な改善を予想している。

採算 DI は、(前期▲30.4) →今期▲15.5 と改善した。来期は▲20.4 と悪化を予想している。

設備投資実施企業割合は (前期▲6.9) →今期▲47.6 と大幅に悪化した。来期も▲54.4 とマイナス幅の拡大を予想している。

経営上の問題点は、1位は「材料等仕入単価の上昇」、2位は「利用者のニーズの変化への対応」、3位は「需要の停滞」、4位は「従業員の確保難」、5位は「人件費以外の経費増加」であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
2022年 4月～6月	97 材料等仕入単 価の上昇	77 利用者のニー ズの変化への 対応	69 需要の停滞	59 従業員の確保 難	44 人件費以外の 経費増加
2022年 1月～3月	87 利用者のニー ズの変化への 対応	85 需要の停滞	63 材料等仕入単 価の上昇	48 従業員の確保 難	34 人件費の増加
2021年 10月～12月	66 利用者のニー ズの変化への 対応	61 需要の停滞	52 材料等仕入単 価の上昇	52 従業員の確保 難	36 人件費の増加
2021年 7月～9月	88 利用者のニー ズの変化への 対応	73 需要の停滞	41 熟練従業員の 確保難	38 従業員の確保 難	33 材料等仕入単 価の上昇

<声>

- ・コロナ以前の状況にはもう戻れない様に思えてならない。人の流れが変わってしまったようである。
- ・まん延防止は解除になったが、客足は途絶えたままであり、自己資金が尽きた時は廃業になるかもしれない。
- ・半導体不足、中国生産停滞による電子機器の調達遅延、価格高騰のリスクを感じている。
- ・コロナにより海外出張、ビジネスの停滞がある。
- ・コロナでの客離れに追い打ちをかけるように、材料や光熱費の高騰で先行きが見通せない。
- ・徐々に回復傾向ではあるが、コロナ前の水準には至っていない。
- ・新規事業として YouTube 撮影をやり始めてから、少しずつ需要が増えてきた。
- ・人不足での人材生産性を高め、一部兼任制度評価基準を構築した。利益率は昨年度、約二倍の結果を残せた。
- ・需要問題で見通しが立たない状況である。出たところ勝負であるところが不安である。
- ・顧客との想いと当店の想いと mismatches がある。

- ・非日常の生活から2年以上が経ち、このスタイルが根付いてしまったことによって悪い方向への変化への対応を考えるが先はまだ想定することも出来ない状況である。
- ・自粛の要請は解除になり、今後、再要請もさすがにないし、協力金の支給もうないと想定している中で未だパーティーを外して良いという指示などもなく、企業・団体の集客もまだまだずっと先になるものと想定している。
- ・この先の食材の高騰や欠品も大きな不安材料としてある。柔軟な経営展開が重要になってくるものと考えている。
- ・原油高騰が響いてきている。
- ・2、3月は、まん延防止期間中ということもありお客様の来店がかなり少なく(前年度2~3割減)なったが、5月に入り気候も暖かくなったため、来客数が前年度並みに戻ってきた。
- ・コロナ禍が落ち着き、若干回復基調である。
- ・まだまだコロナの影響か夜のお客さんが少ない。これから先、事業変換が求められる。
- ・業態の転換など先が見えない中での疲労感が強い。現在は好調だが、来月から厳しい状況が予想される。
- ・コロナがまだ減少しているわけではないので、多少は良くなったが、以前のようにはない。
- ・コロナで団体利用、法人利用が全くなく、売上が伸びない。
- ・この状況をいつまで耐えられるか、大変厳しい。
- ・新規設備投資については、コロナ禍により売上がコロナ禍以前と同じ様になってから考える事に行っているのは、返済の見通しがないためである。
- ・新しいニーズは常に取り入れながら運用していきたい。1人雇用し、さらなる発展を目指す。
- ・直近は新たな顧客との契約ができたが、技術者の人材不足から外注化せざるをえない状況。顧客の変化するニーズに応えるためにも、どの程度体制を整えるべきかと思案している。
- ・ニーズの変化への対応(商品開発、宣伝、従業員の育成)など、売上の見通しが見込めない中での人件費などの増加が苦しい。安定もしくは見通しが立つまでの人件費の助成もしくは補助があれば助かる。
- ・IT社会が成長していくとデータで処理されるため、厳しくなる。
- ・居酒屋にとって、外食をしない生活が普通となってしまった影響が顕著に現れてきている。
- ・仮にコロナが終息してもコロナ禍に慣れてしまって元の様に戻らないと思う。集会や集まる行事を縮小して料理の注文が激減している。