

2022年度第2四半期（2022年7～9月期） 長岡市景況調査報告書（概要版）

2022年11月

長岡市
長岡商工会議所
(調査機関) 第四北越リサーチ&コンサルティング(株)

I. 調査の概要

1. 調査の目的

長岡市と長岡商工会議所が共同で、四半期ごとの長岡市内事業所の景気動向を調査することにより、現在の景況を把握し今後の施策に反映させるための基礎資料とする。

2. 調査の方法

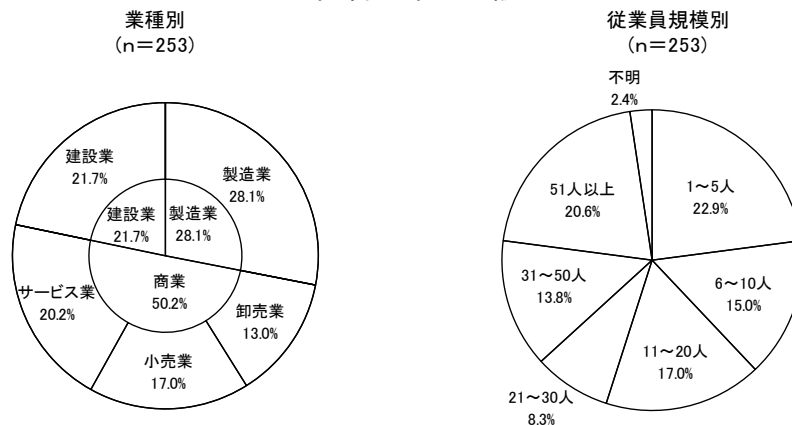
- | | |
|-----------|-----------------------------|
| (1) 期 間 | 2022年10月7日(金)～2022年11月1日(火) |
| (2) 方 法 | 郵送による記名アンケート方式 |
| (3) 対象先数 | 400事業所 |
| (4) 回答先数 | 有効回答 253事業所 |
| (5) 有効回収率 | 63.3% (253/400) |

3. 回収状況

回収状況は下記の通り。

	調査対象企業数 ()は構成比率(%)	回答企業数 ()は構成比率(%)	回収率(%)
製 造 業	131 (32.8)	71 (28.1)	54.2
卸 売 業	51 (12.8)	33 (13.0)	64.7
小 売 業	66 (16.5)	43 (17.0)	65.2
サービス業	74 (18.5)	51 (20.2)	68.9
建 設 業	78 (19.5)	55 (21.7)	70.5
合 計	400	253	63.3

＜回答企業の内訳＞



Ⅱ. 調査結果の概要

1. 景気動向に関する調査

(1) 業況判断の動向

- ・2022年7～9月期の業況判断DIは△8.9となり、前期（△6.0）と比較し△2.9ポイント悪化した。商業がサービス業を中心に底堅かったものの、製造業と建設業のDIの悪化が全体を押し下げた。
- ・2022年10～12月期の見通しは△6.1と、今期比+2.8ポイントの改善が見込まれている。
- ・業種別に業況判断DIをみると、製造業は、2022年7～9月期が2.8となり、前期比△7.9ポイント悪化した。2022年10～12月期は4.3で今期比+1.5ポイント改善する見通しである。
- ・商業（卸売業、小売業、サービス業の合計）は、2022年7～9月期が△8.1となり、前期比+1.0ポイント改善した。2022年10～12月期は△8.2となり、今期比ほぼ横ばいの見通しである。
- ・建設業は、2022年7～9月期が△25.9となり、前期比△4.1ポイント悪化した。2022年10～12月期は△15.3と今期比+10.6ポイント改善する見通しである。

【現況】(2022年7～9月期、前年同期比)

業種	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	業況判断DI (良い－悪い)	前回調査DI (2022年4～6月期)
製造業	31.4 (△4.6)	40.0 (+1.3)	28.6 (+3.3)	2.8 (△7.9)	10.7
商業	26.0 (△2.1)	39.8 (+5.1)	34.1 (△3.1)	△8.1 (+1.0)	△9.1
建設業	14.8 (+2.1)	44.4 (△8.3)	40.7 (+6.2)	△25.9 (△4.1)	△21.8
全体	25.1 (△2.0)	40.9 (+1.1)	34.0 (+0.9)	△8.9 (△2.9)	△6.0

※()内の数字は前回調査「2022年4～6月期の現況」からの増減

【見通し】(2022年10～12月期、前年同期比)

業種	良い (%)	不変 (%)	悪い (%)	業況判断DI (良い－悪い)
製造業	28.6 (△2.8)	47.1 (+7.1)	24.3 (△4.3)	4.3 (+1.5)
商業	23.8 (△2.2)	44.3 (+4.5)	32.0 (△2.1)	△8.2 (△0.1)
建設業	13.5 (△1.3)	57.7 (+13.3)	28.8 (△11.9)	△15.3 (+10.6)
全体	23.0 (△2.1)	48.0 (+7.1)	29.1 (△4.9)	△6.1 (+2.8)

※()内の数字は今回調査「2022年7～9月期の現況」からの増減

<業況が「良い」・「悪い」の理由>

- ・2022年4～6月期の業況が「良い」・「悪い」の理由をみると、業況が「良い」の理由は、5業種とも「需要動向の好転」（建設業は、回答の選択肢に「需要動向の好転」がなく「民間需要の好転」）の割合が最も高かった。
- ・業況が「悪い」の理由は、小売業を除く4業種で「需要動向の悪化」（建設業は回答の選択肢に「需要動向の悪化」がなく「官公需要の悪化」）の割合が最も高かった。一方、小売業は「原材料・仕入単価の上昇」の割合が最も高かった。

業況が「良い」の理由（上位5位まで、複数回答、下段：%）

業種 \ 順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=22)	需要動向の好転	売上単価の上昇	販路の拡大	為替の好影響	新分野への進展
	90.9	22.7	13.6	4.5	4.5
卸売業 (n=7)	需要動向の好転	売上単価の上昇	販路の拡大		
	57.1	57.1	14.3		
小売業 (n=8)	需要動向の好転	販路の拡大	売上単価の上昇		
	87.5	12.5	12.5		
サービス業 (n=17)	需要動向の好転	販路の拡大	売上単価の上昇	経費削減の進展	新分野への進展
	88.2	17.6	11.8	5.9	5.9
建設業 (n=8)	民間需要の好転	販路の拡大	官公需要の好転		
	75.0	25.0	12.5		

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

業況が「悪い」の理由（上位5位まで、複数回答、下段：%）

業種 \ 順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=20)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	売上単価の低下	為替の悪影響
	75.0	75.0	25.0	20.0	20.0
卸売業 (n=9)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小	為替の悪影響
	77.8	44.4	44.4	22.2	11.1
小売業 (n=17)	原材料・仕入単価の上昇	需要動向の悪化	経費負担の増加	販路の縮小	売上単価の低下
	76.5	70.6	64.7	29.4	23.5
サービス業 (n=15)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	売上単価の低下	販路の縮小
	86.7	53.3	53.3	40.0	26.7
建設業 (n=22)	官公需要の悪化	原材料・仕入単価の上昇	民間需要の悪化	経費負担の増加	販路の縮小
	68.2	68.2	54.5	22.7	9.1

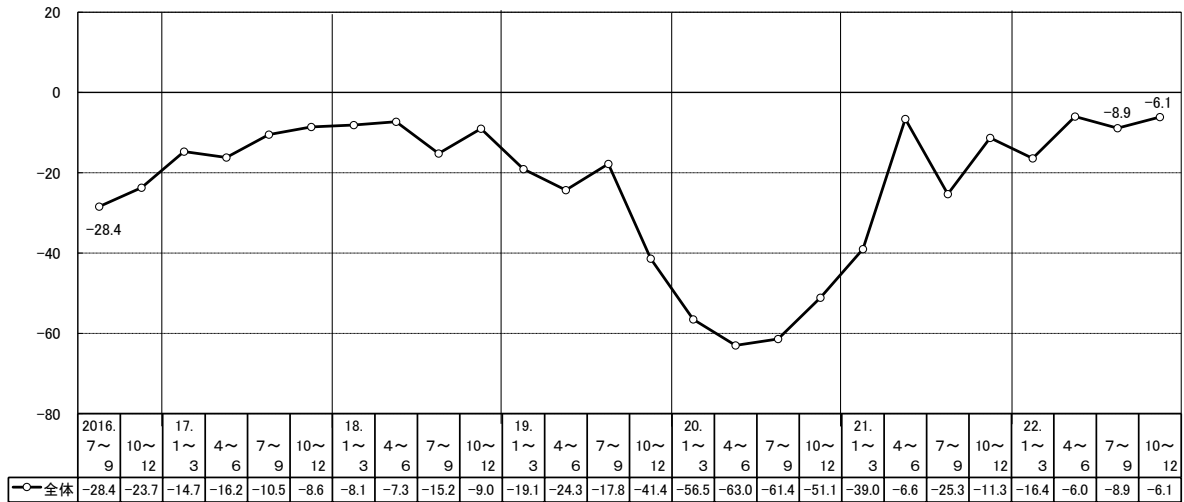
※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

<長期的（2016年7～9月期以降）にみた趨勢>

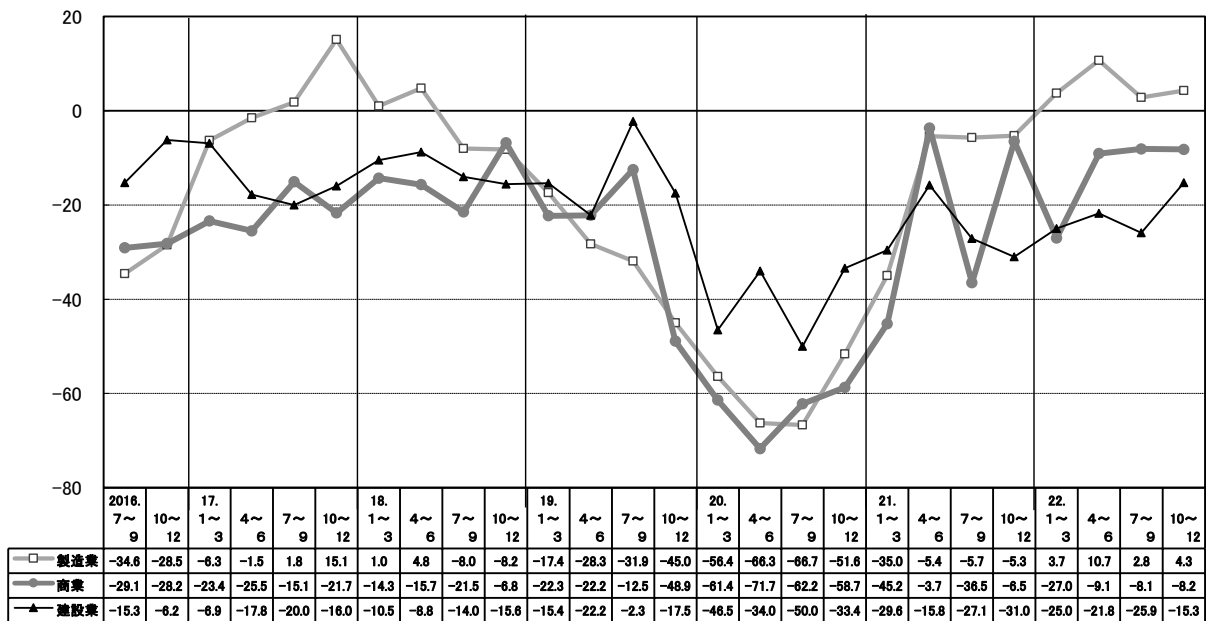
業況判断D Iは、2016年10～12月期以降、緩やかな持ち直し基調を示したが、2019年1～3月期以降は弱含みの動きに転じ、2019年10～12月期は消費税率10%への引き上げの影響により大きく低下した。

その後、新型コロナウイルスの感染拡大により、2020年1～3月期、同4～6月期と連続して低下した後、感染拡大の落ち着きとともに2021年4～6月期にかけてD Iは持ち直しの動きをみせた。その後は2021年7～9月期に一旦悪化したものの、2021年10～12月期以降は振れを伴いつつも緩やかに持ち直している。

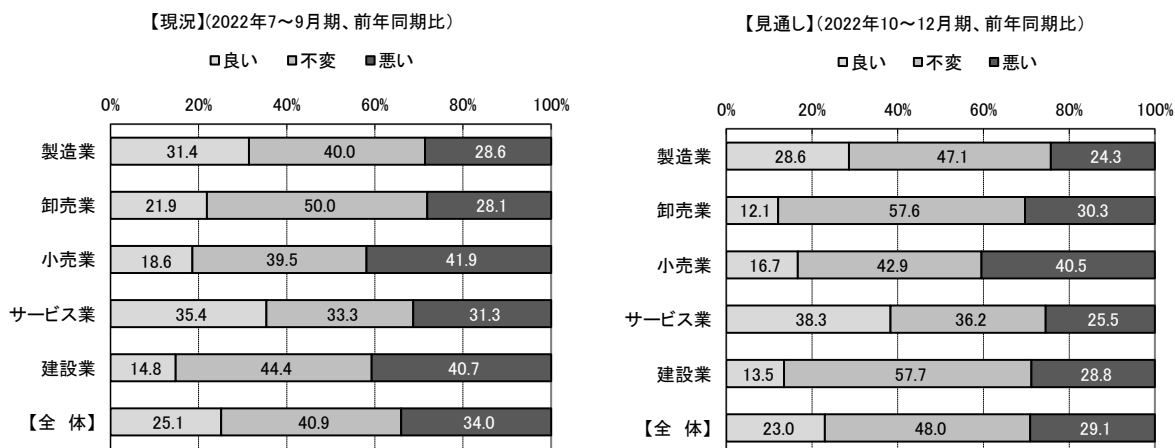
業況判断D I（前年同期比）の推移 <全体>



業況判断D I（前年同期比）の推移 <業種別>



- ・業況判断の動向を5業種別にみると、2022年7～9月期は「悪い」の割合が小売業（41.9%）と建設業（40.7%）で高く、ともに4割を超えた。
- ・2022年10～12月期は、「悪い」の割合が小売業（40.5%）で引き続き高く、4割を超えている。



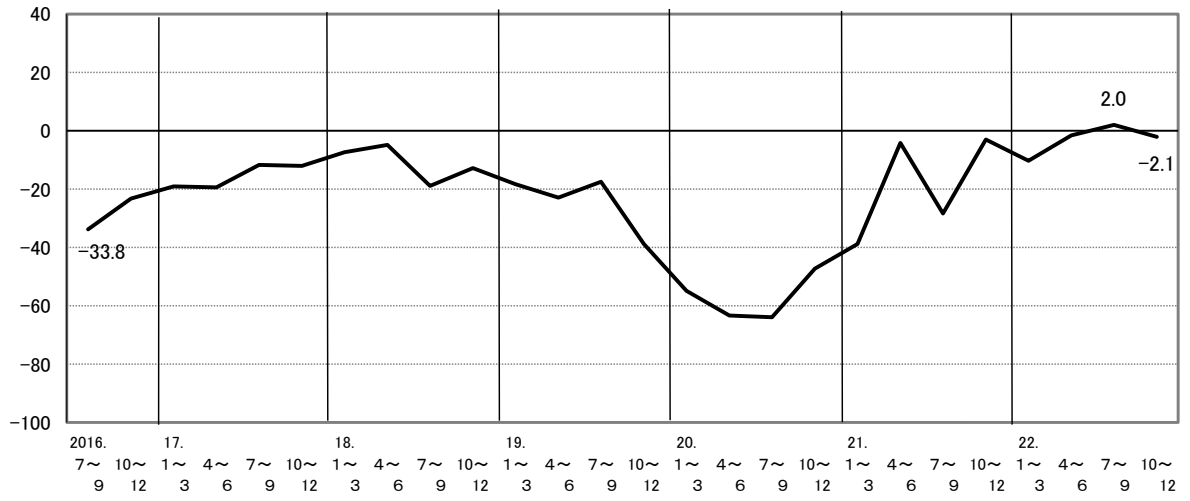
(2) 売上高の動向

- ・2022年7～9月期の売上高DIは全体で2.0となり、2022年4～6月期(△1.6)と比較し+3.6ポイント改善した。業種別では、小売業とサービス業の2業種が大きく改善し全体を牽引した。
- ・2022年10～12月期は、全体で△2.1となり、2022年7～9月期と比較し△4.1ポイント悪化する見通しである。業種別では、建設業を除く4業種で悪化する見通しである。

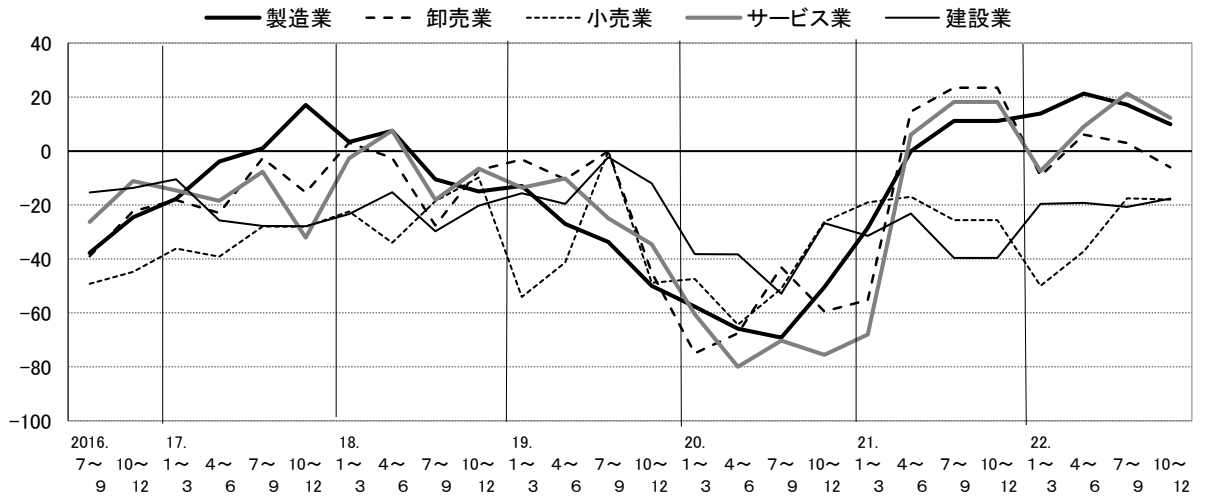
売上高の動向(前年同期比)

業種	前回調査DI (2022年 4～6月期)	現況 (2022年7～9月期)				見通し (2022年10～12月期)			
		増加 (%)	不変 (%)	減少 (%)	売上高DI (増加-減少)	増加 (%)	不変 (%)	減少 (%)	売上高DI (増加-減少)
製造業	21.3	44.3	28.6	27.1	17.2	32.4	45.1	22.5	9.9
卸売業	6.1	33.3	36.4	30.3	3.0	24.2	45.5	30.3	△6.1
小売業	△37.2	25.0	32.5	42.5	△17.5	17.9	46.2	35.9	△18.0
サービス業	9.1	44.7	31.9	23.4	21.3	38.8	34.7	26.5	12.3
建設業	△19.2	15.1	49.1	35.8	△20.7	11.8	58.8	29.4	△17.6
全体	△1.6	33.3	35.4	31.3	2.0	25.9	46.1	28.0	△2.1

売上高DI(前年同期比)の推移【全体】



業種別売上高DI(前年同期比)の推移



(3) 設備投資の動向

- ・2022年7～9月期に設備投資を実施した割合は23.2%となった。前回調査（2022年4～6月期：25.4%）と比較し△2.2ポイント低下した。
- ・2022年7～9月期に設備投資を実施した事業所の投資内容をみると、「OA機器」「車両・運搬具」「生産設備」などが多かった。
- ・2022年10～12月期に設備投資を計画している割合は26.4%となった。今期実施した割合（23.2%）と比較し+3.2ポイント上昇する見通しである。
- ・2022年10～12月期に設備投資を計画している事業所の投資内容をみると、「生産設備」「車両・運搬具」「付帯施設」「OA機器」などが多かった。

【現況】2022年7～9月期の設備投資

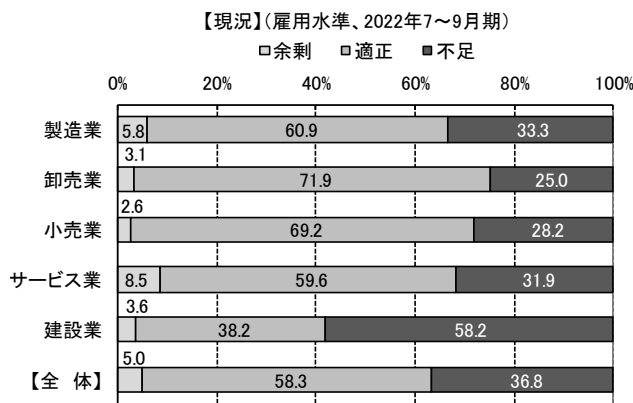
業種	実施した(%) 【()内は事業所数】	投資内容(事業所数、複数回答)								実施 しなかった (%)
		土地	建物	生産設備	車両・運 搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生 施設	その他	
製造業	26.1 (18)	0	2	7	5	5	5	0	0	73.9
卸売業	22.6 (7)	0	1	1	5	0	4	0	0	77.4
小売業	17.1 (7)	0	3	2	2	3	5	0	1	82.9
サービス業	22.0 (11)	1	1	3	3	2	3	0	4	78.0
建設業	25.5 (14)	0	0	3	5	0	6	0	1	74.5
全体	23.2 (57)	1	7	16	20	10	23	0	6	76.8

【計画】2022年10～12月期の設備投資

業種	計画している(%) 【()内は事業所数】	投資内容(事業所数、複数回答)								計画 していない (%)
		土地	建物	生産設備	車両・運 搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生 施設	その他	
製造業	40.6 (28)	2	5	13	2	7	4	1	1	59.4
卸売業	19.4 (6)	0	2	0	4	1	1	0	0	80.6
小売業	17.1 (7)	2	6	2	2	1	2	0	1	82.9
サービス業	26.0 (13)	1	1	2	3	5	3	0	3	74.0
建設業	20.0 (11)	0	0	2	4	1	5	0	1	80.0
全体	26.4 (65)	5	14	19	15	15	15	1	6	73.6

(4) 雇用の動向

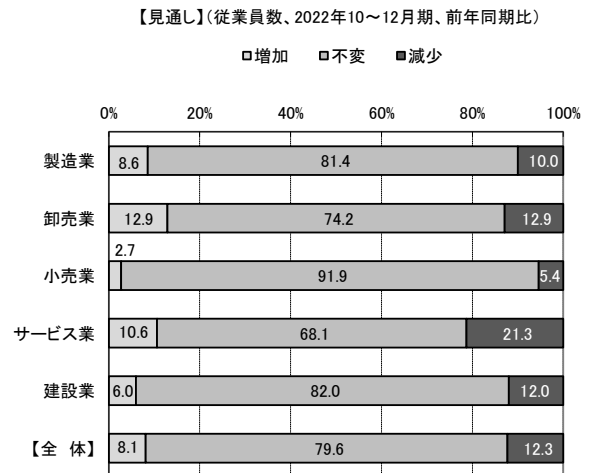
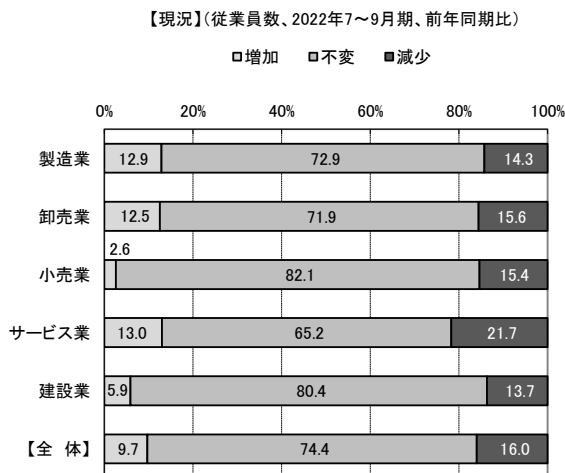
- ・2022年7～9月期の雇用水準は、「余剰」の割合が5.0%（2022年4～6月期：7.3%）、「適正」が58.3%（同：57.3%）、「不足」が36.8%（同：35.4%）となった。
- ・DI（「余剰」－「不足」）は△31.8と、2022年4～6月期に比べて△3.7ポイント低下し、不足幅が拡大している。
- ・業種別では、5業種とも不足超となっており、建設業（△54.6）のマイナス幅が最も大きかった。



雇用の動向

業種	前回調査DI (水準、2022年4～6月期)	現況DI (水準、2022年7～9月期)
製造業	△21.4	△27.5
卸売業	△17.7	△21.9
小売業	△23.1	△25.6
サービス業	△19.1	△23.4
建設業	△53.5	△54.6
全体	△28.1	△31.8

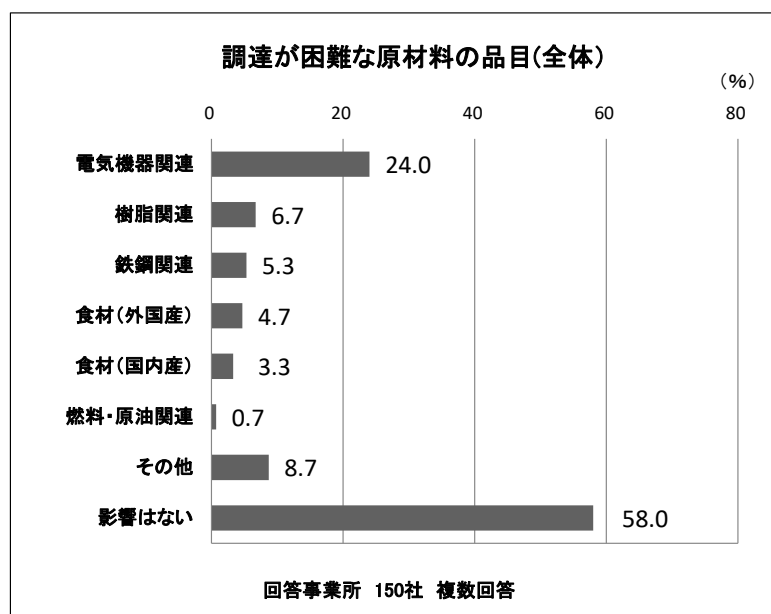
- ・2022年7～9月期の従業員数は、「増加」の割合が9.7%（2022年4～6月期：10.9%）、「不変」が74.4%（同：70.7%）、「減少」が16.0%（同：18.4%）となった。
- ・2022年10～12月期の従業員数は、「増加」の割合が8.1%、「不変」が79.6%、「減少」が12.3%となった。



2. 原材料の調達・円安・電気料金の値上げに関する調査

(1) 原材料の調達状況

- ・原材料について、調達が困難な品目を尋ねたところ（複数回答）、全体では「電気機器関連」の割合が24.0%で最も高く、「樹脂関連」（6.7%）「鉄鋼関連」（5.3%）が続いた。
- ・一方、「影響はない」との回答割合は58.0%だった。回答事業所150社中87社が「影響はない」と回答している。



- ・業種別では、サービス業を除く4業種で「電気機器関連」の割合が最も高かった。サービス業では「食材（外国産）」と「食材（国内産）」が最も高かった。
- ・一方、「影響はない」との回答割合はサービス業（64.3%）、卸売業（64.0%）、小売業（63.2%）で高く6割を超えた。

調達が困難な原材料の品目（上位3位まで、複数回答、下段：%）

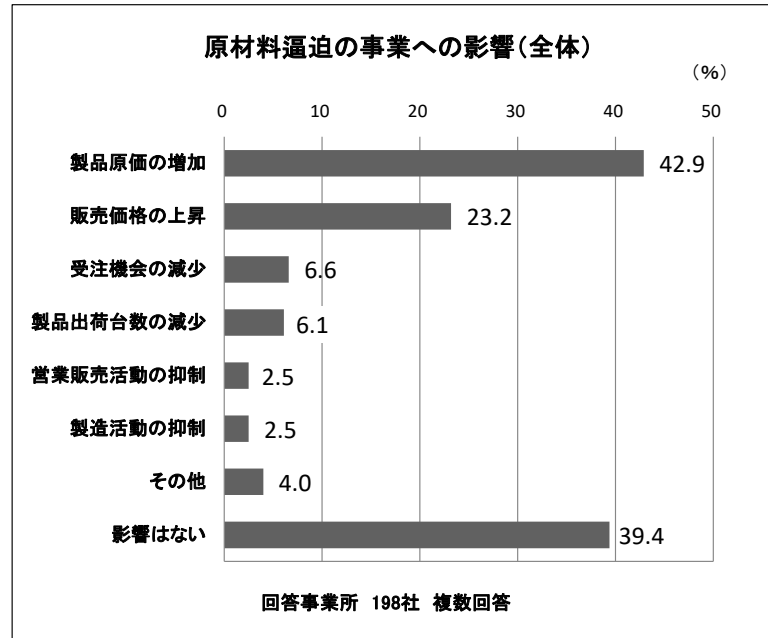
業種	順位	1位	2位	3位
製造業 (n=44)		電気機器関連	樹脂関連	鉄鋼関連
		29.5	11.4	6.8
卸売業 (n=25)		電気機器関連	樹脂関連	食材(外国産)
		24.0	8.0	4.0
小売業 (n=19)		電気機器関連	樹脂関連	鉄鋼関連
		15.8	10.5	5.3
サービス業 (n=28)		食材(外国産)	食材(国内産)	電気機器関連
		10.7	10.7	7.1
建設業 (n=34)		電気機器関連	鉄鋼関連	
		35.3	11.8	

参考
影響はない(25社)
56.8
影響はない(16社)
64.0
影響はない(12社)
63.2
影響はない(18社)
64.3
影響はない(16社)
47.1

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

(2) 原材料逼迫の影響

- ・原材料逼迫の事業への影響を尋ねたところ（複数回答）、全体では「製品原価の増加」の割合が42.9%で最も高く、「販売価格の上昇」（23.2%）が続いた。
- ・一方、「影響はない」との回答割合は39.4%だった。回答事業所198社中78社が「影響はない」と回答している。



- ・業種別では、小売業を除く4業種で「製品原価の増加」の割合が最も高かった。（卸売業では「製品原価の上昇」と「販売価格の上昇」がともに32.3%で最も高かった。）小売業では「販売価格の上昇」が最も高かった。
- ・一方、「影響はない」との回答割合はサービス業（55.6%）で高く5割台半ばとなった。

原材料逼迫の事業への影響(上位3位まで、複数回答、下段:%)

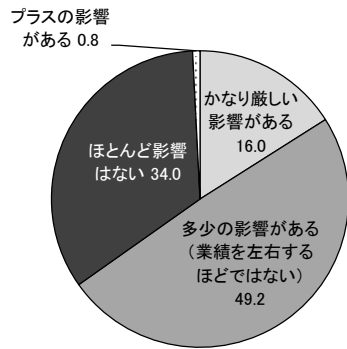
業種	順位			参考
	1位	2位	3位	
製造業 (n=58)	製品原価の増加	販売価格の上昇	製品出荷台数の減少	影響はない(14社) 24.1
	60.3	25.9	13.8	
卸売業 (n=31)	製品原価の増加	販売価格の上昇	製品出荷台数の減少	影響はない(14社) 45.2
	32.3	32.3	6.5	
小売業 (n=29)	販売価格の上昇	製品原価の増加	営業販売活動の抑制	影響はない(14社) 48.3
	41.4	17.2	3.4	
サービス業 (n=36)	製品原価の増加	販売価格の上昇	製品出荷台数の減少	影響はない(20社) 55.6
	41.7	16.7	2.8	
建設業 (n=44)	製品原価の増加	受注機会の減少	販売価格の上昇	影響はない(16社) 36.4
	45.5	9.1	6.8	

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

(3) 円安の影響

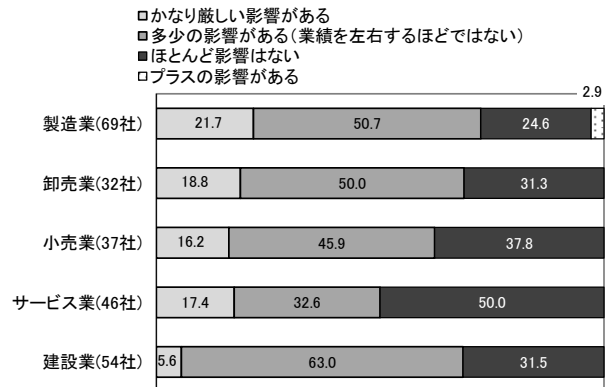
- ・円安の事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が16.0%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が49.2%、「ほとんど影響はない」が34.0%、「プラスの影響がある」が0.8%だった。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合は製造業（21.7%）で最も高く2割強となった。

円安の事業への影響（全体 %）



(回答事業所 238社)

円安の事業への影響（業種別 %）

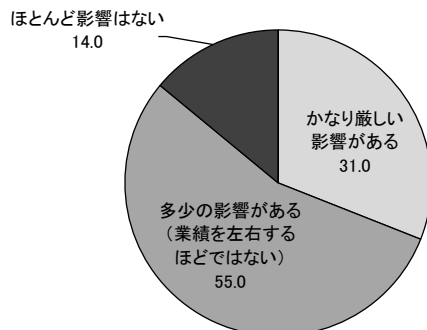


(4) 電気料金値上げの影響

A 事業への影響

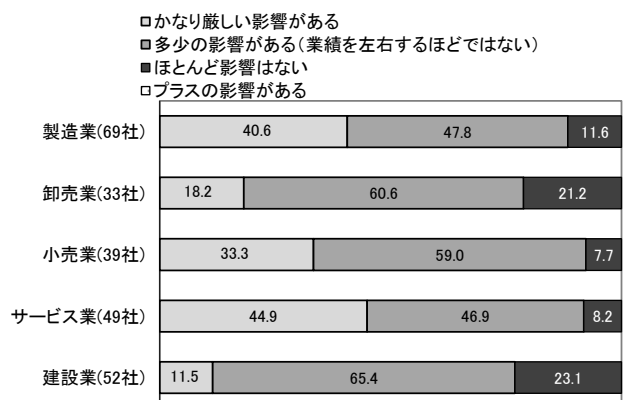
- ・電気料金値上げの事業への影響を尋ねたところ、全体では「かなり厳しい影響がある」の割合が31.0%、「多少の影響がある（業績を左右するほどではない）」が55.0%、「ほとんど影響はない」が14.0%となった。なお、「プラスの影響がある」との回答は無かった。
- ・業種別では、「かなり厳しい影響がある」の割合はサービス業（44.9%）で最も高く4割台半ばとなった。また、製造業（40.6%）も高く約4割となった。

電気料金値上げの影響（全体 %）



(回答事業所 242社)

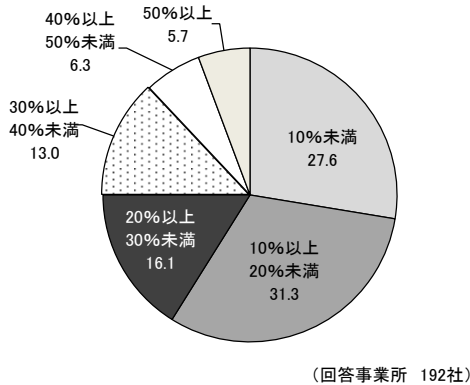
電気料金値上げの影響（業種別 %）



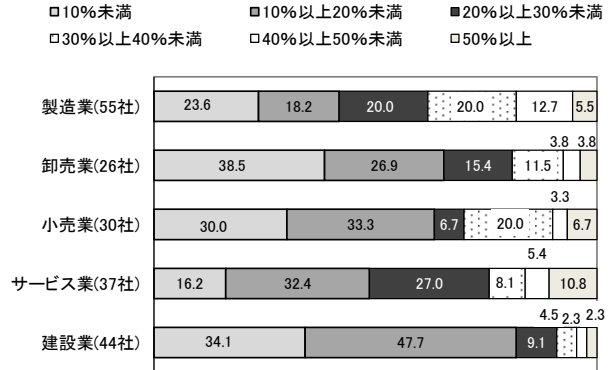
B 2022年度の電気料金増加率（見込み）

- ・2022年度の電気料金の前年度比増加率（見込み）を尋ねたところ、全体では「10%未満」の割合が27.6%、「10%以上20%未満」が31.3%、「20%以上30%未満」が16.1%、「30%以上40%未満」が13.0%、「40%以上50%未満」が6.3%、「50%以上」が5.7%となった。
- ・業種別では、20%以上増加する割合が製造業（58.2%）とサービス業（51.3%）で高く5割を超えている。

2022年度の電気料金増加率見込み（全体 %）



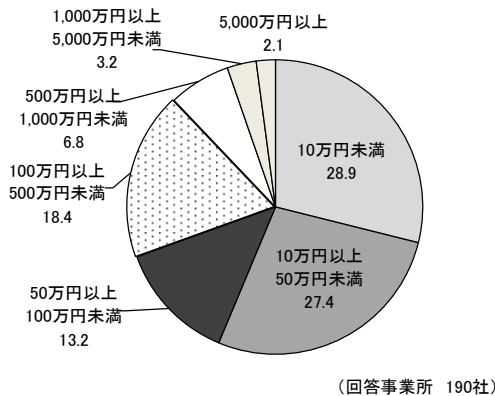
2022年度の電気料金増加率見込み（業種別 %）



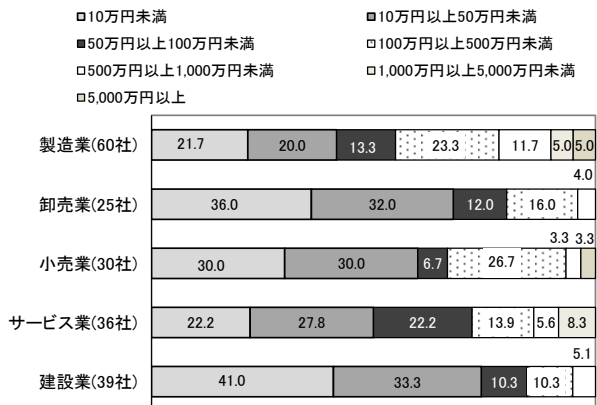
C 2022年度の電気料金増加額（見込み）

- ・2022年度の電気料金の前年度比増加額（見込み）を尋ねたところ、全体では「10万円未満」が28.9%、「10万円以上50万円未満」が27.4%、「50万円以上100万円未満」が13.2%、「100万円以上500万円未満」が18.4%、「500万円以上1,000万円未満」が6.8%、「1,000万円以上5,000万円未満」が3.2%、「5,000万円以上」が2.1%となった。
- ・業種別では、100万円以上増加する割合が製造業（45.0%）で高く4割台半ばとなっている。

2022年度の電気料金増加額見込み（全体 %）



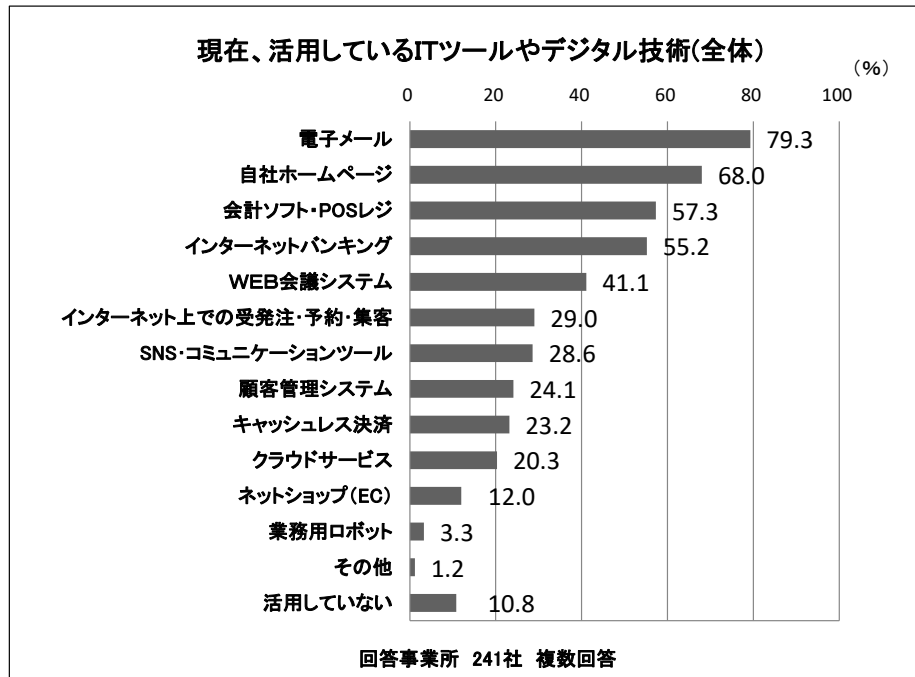
2022年度の電気料金増加額見込み（業種別 %）



3. ITツール・デジタル技術の導入に関する調査

(1) ITツール・デジタル技術の活用状況

- ・現在、どのようなITツール・デジタル技術を活用しているかを尋ねたところ（複数回答）、全体では「電子メール」の割合が79.3%で最も高く、「自社ホームページ」（68.0%）、「会計ソフト・POSレジ」（57.3%）、「インターネットバンキング」（55.2%）が続いた。



- ・業種別では、5業種全てで「電子メール」の割合が最も高かった。また、「WEB会議システム」は卸売業（59.4%）と製造業（51.4%）で高かった。

現在、活用しているITツールやデジタル技術（上位5位まで、複数回答、下段：%）

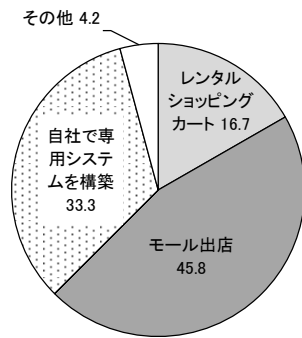
業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=70)		電子メール	自社ホームページ	インターネットバンキング	会計ソフト・POSレジ	WEB会議システム
		82.9	70.0	60.0	60.0	51.4
卸売業 (n=32)		電子メール	自社ホームページ	インターネットバンキング	WEB会議システム	会計ソフト・POSレジ
		78.1	75.0	59.4	59.4	56.3
小売業 (n=38)		電子メール	自社ホームページ	インターネットバンキング	キャッシュレス決済	会計ソフト・POSレジ
		63.2	55.3	50.0	50.0	50.0
サービス業 (n=48)		電子メール	自社ホームページ	会計ソフト・POSレジ	キャッシュレス決済	インターネット上での受発注・予約・集客
		77.1	66.7	52.1	50.0	45.8
建設業 (n=53)		電子メール	自社ホームページ	インターネットバンキング	会計ソフト・POSレジ	WEB会議システム
		88.7	71.7	64.2	64.2	26.4

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

(2) ネットショップ（EC）の開業方法

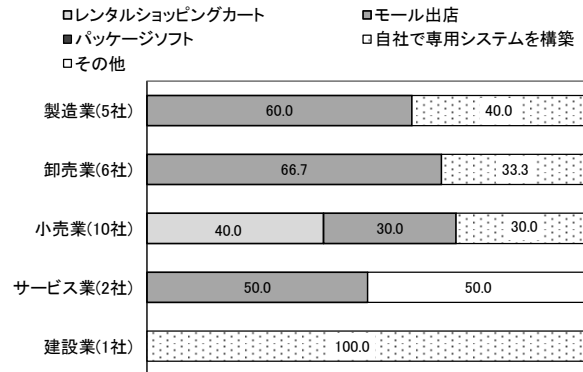
- ・上記（1）で「ネットショップ（EC）を活用している」と回答した先に、ネットショップの開業方法を尋ねたところ、全体では「レンタルショッピングカート」が16.7%、「モール出店」が45.8%、「自社で専用システムを構築」が33.3%、「その他」が4.2%だった。
- ・業種別では、「レンタルショッピングカート」の割合は小売業（40.0%）で高く4割となった。

ネットショップ(EC)の開業方法(全体 %)



(回答事業所 24社)

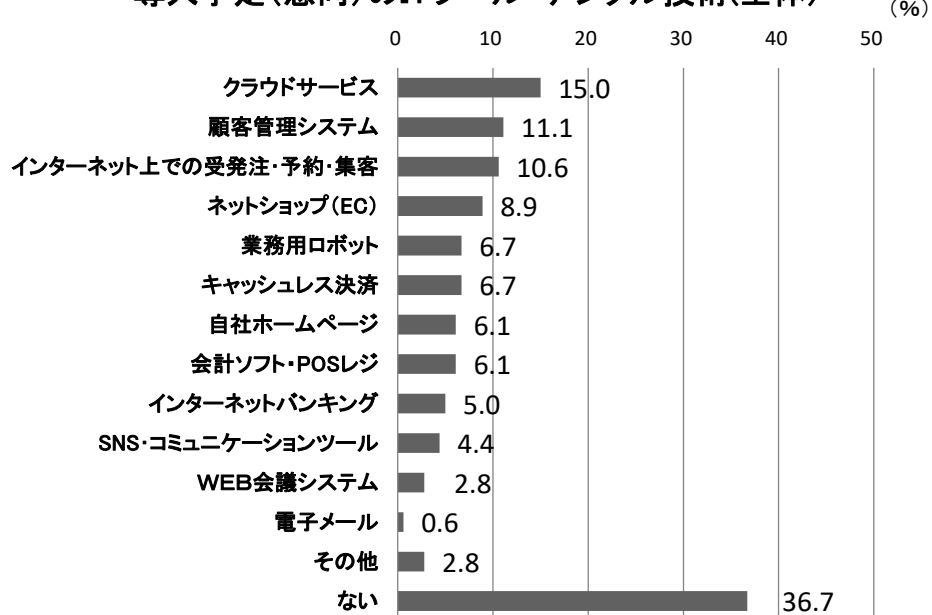
ネットショップ(EC)の開業方法(業種別 %)



(3) 導入予定（意向）のITツール・デジタル技術

- ・今後、導入予定（意向）のITツール・デジタル技術について尋ねたところ（複数回答）、全体では「クラウドサービス」の割合が15.0%で最も高く、「顧客管理システム」（11.1%）、「インターネット上での受発注・予約・集客」（10.6%）が続いた。一方、導入予定（意向）のITツール・デジタル技術が「ない」との回答は36.7%あった。

導入予定(意向)のITツール・デジタル技術(全体)



回答事業所 180社 複数回答

- ・業種別では、小売業を除く4業種で「クラウドサービス」の割合が最も高かった。
（製造業では「顧客管理システム」も同率で最も高かった。また、サービス業では「インターネット上での受発注・予約・集客」も同率で最も高かった。）小売業では「インターネット上での受発注・予約・集客」と「ネットショップ（EC）」が最も高かった。

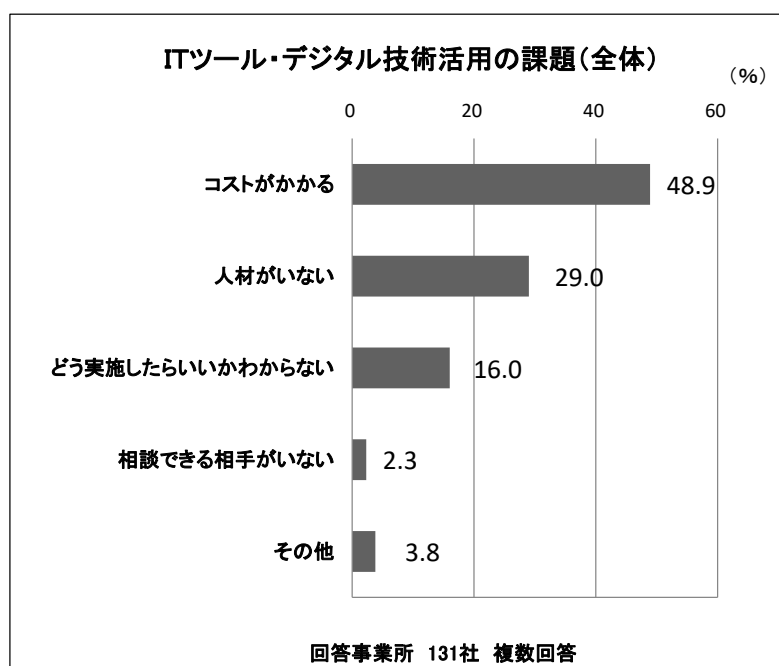
導入予定(意向)のITツール・デジタル技術（上位5位まで、複数回答、下段：％）

業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (n=53)		クラウドサービス	顧客管理システム	自社ホームページ	ネットショップ(EC)	業務用ロボット
		17.0	17.0	9.4	9.4	9.4
卸売業 (n=27)		クラウドサービス	インターネット上での受発注・予約・集客	自社ホームページ	インターネットバンキング	業務用ロボット
		14.8	11.1	7.4	7.4	7.4
小売業 (n=27)		インターネット上での受発注・予約・集客	ネットショップ(EC)	キャッシュレス決済	顧客管理システム	クラウドサービス
		25.9	25.9	14.8	14.8	11.1
サービス業 (n=35)		クラウドサービス	インターネット上での受発注・予約・集客	SNS・コミュニケーションツール	ネットショップ(EC)	キャッシュレス決済
		14.3	14.3	8.6	8.6	8.6
建設業 (n=38)		クラウドサービス	インターネットバンキング	会計ソフト・POSレジ	顧客管理システム	業務用ロボット
		15.8	7.9	7.9	7.9	5.3

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

(4) ITツール・デジタル技術活用の課題

- ・ITツール・デジタル技術を活用するにあたっての課題を尋ねたところ(複数回答)、全体では「コストがかかる」の割合が48.9%で最も高く、「人材がない」(29.0%)、「どう実施したらいいかわからない」(16.0%)が続いた。



- 業種別では、小売業を除く4業種で「コストがかかる」の割合が最も高かった。小売業では「どう実施したらいいかわからない」と「人材がない」が最も高かった。

ITツール・デジタル技術活用の課題(上位3位まで、複数回答、下段:%)

業種	順位	1位	2位	3位
製造業 (n=35)		コストがかかる	人材がない	どう実施したらいいかわからない
		51.4	37.1	8.6
卸売業 (n=18)		コストがかかる	どう実施したらいいかわからない	人材がない
		55.6	27.8	16.7
小売業 (n=23)		どう実施したらいいかわからない	人材がない	コストがかかる
		30.4	30.4	26.1
サービス業 (n=23)		コストがかかる	人材がない	どう実施したらいいかわからない
		56.5	26.1	8.7
建設業 (n=32)		コストがかかる	人材がない	どう実施したらいいかわからない
		53.1	28.1	12.5

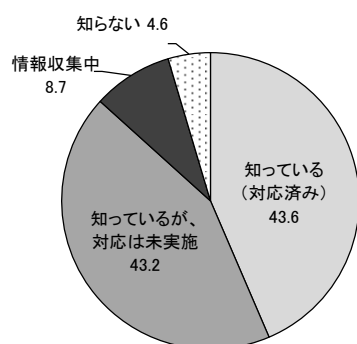
※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

4. インボイス制度に関する調査

(1) インボイス制度の認知状況

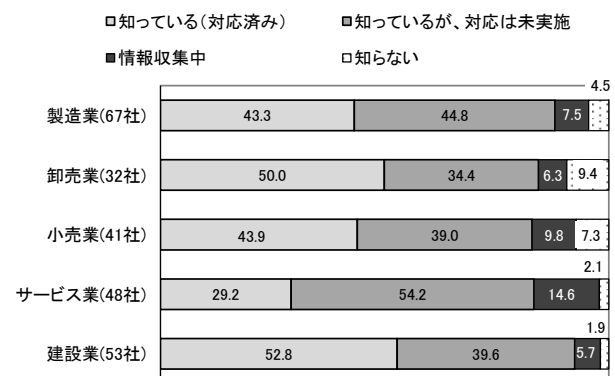
- インボイス制度の認知状況を尋ねたところ、全体では「知っている(対応済み)」の割合が43.6%、「知っているが、対応は未実施」が43.2%、「情報収集中」が8.7%、「知らない」が4.6%だった。
- 業種別では、「知っている(対応済み)」の割合がサービス業(29.2%)で低く、約3割にとどまった。

インボイス制度の認知状況(全体 %)



(回答事業所 241社)

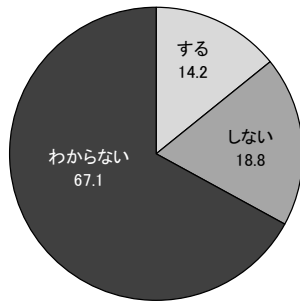
インボイス制度の認知状況(業種別 %)



(2) 制度未対応企業への発注

- ・インボイス制度開始後に、制度に対応していない企業にも発注するかを尋ねたところ、全体では「する」の割合が 14.2%、「しない」が 18.8%、「わからない」が 67.1%となった。
- ・業種別では、「しない」の割合が建設業（25.9%）と小売業（23.1%）で高く 2割を超えた。

制度未対応企業への発注（全体 %）



(回答事業所 240社)

制度未対応企業への発注（業種別 %）

業種	回答割合 (%)		
	する	しない	わからない
製造業(66社)	22.7	15.2	62.1
卸売業(32社)	18.8	18.8	62.5
小売業(39社)	7.7	23.1	69.2
サービス業(49社)	12.2	12.2	75.5
建設業(54社)	7.4	25.9	66.7

以 上