

2021年度第2四半期（2021年7～9月期） 長岡市景況調査報告書（概要版）

2021年12月

長岡市
長岡商工会議所

（調査機関） 第四北越サーチ&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

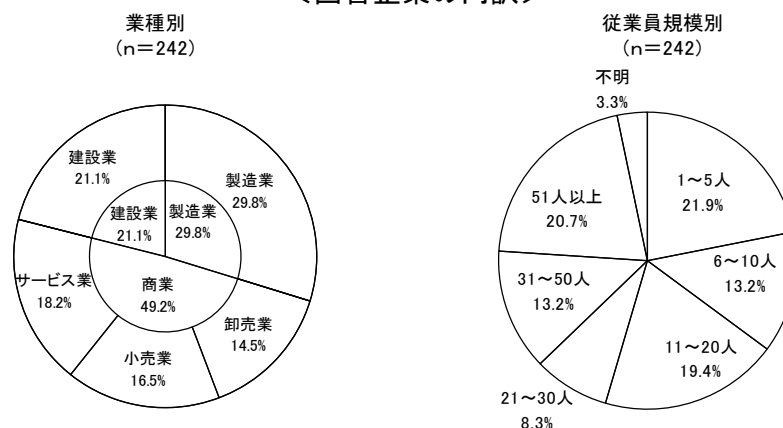
- (1) 期 間 2021年10月27日(水)～2021年11月15日(月)
- (2) 方 法 郵送による記名アンケート方式
- (3) 対象先数 400事業所
- (4) 回答先数 有効回答 242事業所
- (5) 有効回収率 60.5% (242/400)

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)	72 (29.8)	55.0
卸 売 業	51 (12.8)	35 (14.5)	68.6
小 売 業	66 (16.5)	40 (16.5)	60.6
サービス業	74 (18.5)	44 (18.2)	59.5
建 設 業	78 (19.5)	51 (21.1)	65.4
合 計	400	242	60.5

<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

- ・2021年7～9月期の業況判断DIは△25.3。新型コロナウイルスの感染再拡大の影響等から前期比△18.7ポイントの大幅な悪化となった。
- ・2021年10～12月期は△23.3と、2021年7～9月期から+2.0ポイントの改善となる見通し。
- ・業種別に業況判断DIをみると、製造業は、2021年7～9月期が△5.7（前期比△0.3ポイント）とほぼ横ばいだった。2021年10～12月期は△11.9（今期比△6.2ポイント）と悪化する見通し。
- ・商業（卸売業、小売業、サービス業の合計）は、2021年7～9月期が△36.5（前期比△32.8ポイント）と大幅に悪化した。2021年10～12月期は△25.4（今期比+11.1ポイント）と改善に転じる見通し。
- ・建設業は、2021年7～9月期が△27.1（前期比△11.3ポイント）と悪化した。2021年10～12月期は△34.1（今期比△7.0ポイント）と引き続き悪化する見通し。

【現況】(2021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 (2021年4～6月期)
製造業	30.0 (△3.7)	34.3 (+7.1)	35.7 (△3.4)	△5.7 (△0.3)	△5.4
商業	16.5 (△15.6)	30.4 (△1.7)	53.0 (+17.2)	△36.5 (△32.8)	△3.7
建設業	8.3 (△7.5)	56.3 (+3.7)	35.4 (+3.8)	△27.1 (△11.3)	△15.8
全体	18.9 (△10.5)	36.9 (+2.3)	44.2 (+8.2)	△25.3 (△18.7)	△6.6

※()内の数字は前回調査「2021年4～6月期の現況」からの増減

【見通し】(2021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	22.4 (△7.6)	43.3 (+9.0)	34.3 (△1.4)	△11.9 (△6.2)
商業	15.8 (△0.7)	43.0 (+12.6)	41.2 (△11.8)	△25.4 (+11.1)
建設業	8.5 (+0.2)	48.9 (△7.4)	42.6 (+7.2)	△34.1 (△7.0)
全体	16.2 (△2.7)	44.3 (+7.4)	39.5 (△4.7)	△23.3 (+2.0)

※()内の数字は今回調査「2021年7～9月期の現況」からの増減

<業況「良い」・「悪い」の理由>

- ・2021年7～9月期の業況「良い」・「悪い」の理由をみると、業況「良い」の理由は、小売業を除く4業種で「需要動向の好転」（建設業は「官公需要の好転」と「民間需要の好転」）の割合が最も高く、小売業で「販路の拡大」が最も高かった。
- ・業況「悪い」の理由は、5業種とも「需要動向の悪化」（建設業は「民間需要の悪化」）の割合が最も高かった。

業況「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=18)	需要動向の好転	販路の拡大	資金繰りの好転		
	94.4	11.1	5.6		
卸売業 (n=8)	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	
	75.0	12.5	12.5	12.5	
小売業 (n=4)	販路の拡大	経費削減の進展	需要動向の好転	資金繰りの好転	売上単価の上昇
	50.0	50.0	25.0	25.0	25.0
サービス業 (n=7)	需要動向の好転	資金繰りの好転	経費削減の進展		
	85.7	14.3	14.3		
建設業 (n=4)	官公需要の好転	民間需要の好転			
	50.0	50.0			

※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

業況「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=25)	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	売上単価の低下
	72.0	68.0	40.0	28.0	24.0
卸売業 (n=15)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	売上単価の低下	販路の縮小	経費負担の増加
	73.3	40.0	26.7	20.0	13.3
小売業 (n=26)	需要動向の悪化	販路の縮小	原材料・仕入単価の上昇	売上単価の低下	経費負担の増加
	61.5	34.6	26.9	23.1	11.5
サービス業 (n=18)	需要動向の悪化	原材料・仕入単価の上昇	資金繰りの悪化	売上単価の低下	経費負担の増加
	94.4	33.3	27.8	16.7	16.7
建設業 (n=17)	民間需要の悪化	官公需要の悪化	原材料・仕入単価の上昇	経費負担の増加	販路の縮小
	88.2	64.7	41.2	41.2	23.5

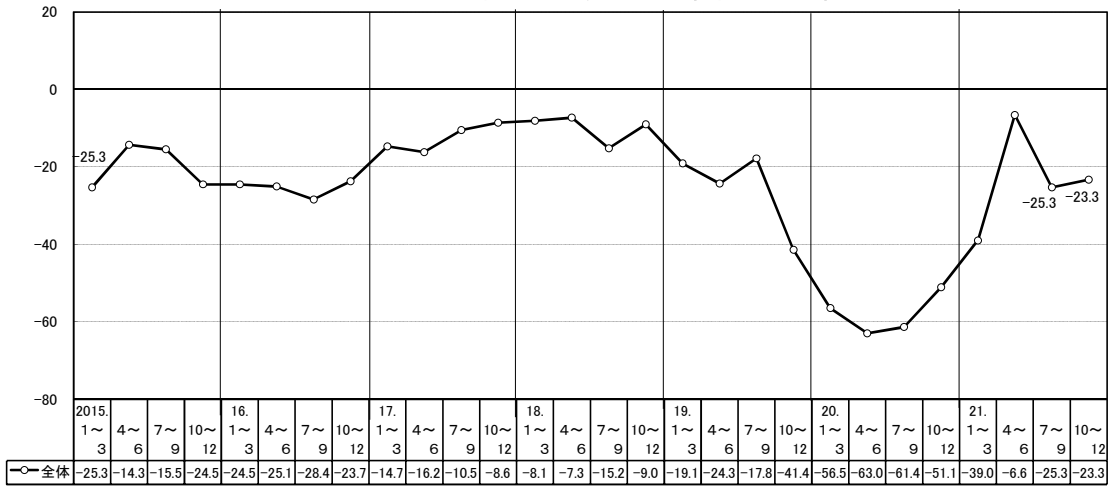
※複数回答のため、割合の合計は100%にならない。

<長期的（2015年1～3月期以降）にみた趨勢>

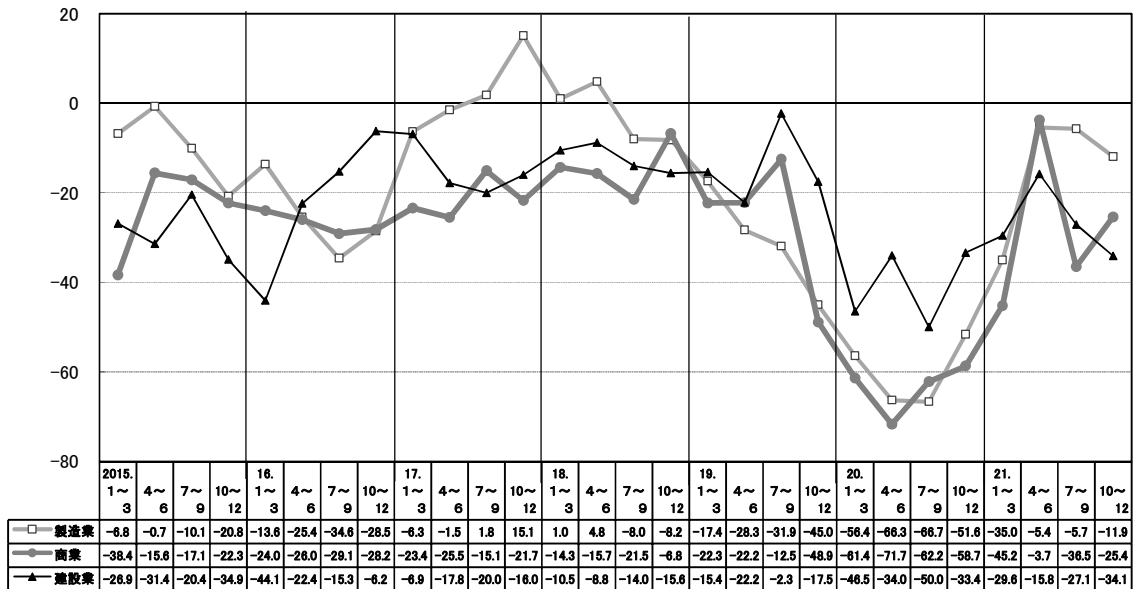
業況判断D Iは、2014年4月の消費税率8%への引き上げの影響を受けて2015年1～3月期以降はマイナス圏での一進一退の動きが長く続いた。

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月の消費税率10%への引き上げや、2020年春先からの新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、2019年10～12月期から3期連続で悪化した。2020年7～9月期以降は持ち直しの動きがみられたものの、足元ではやや足踏み感がみられる。

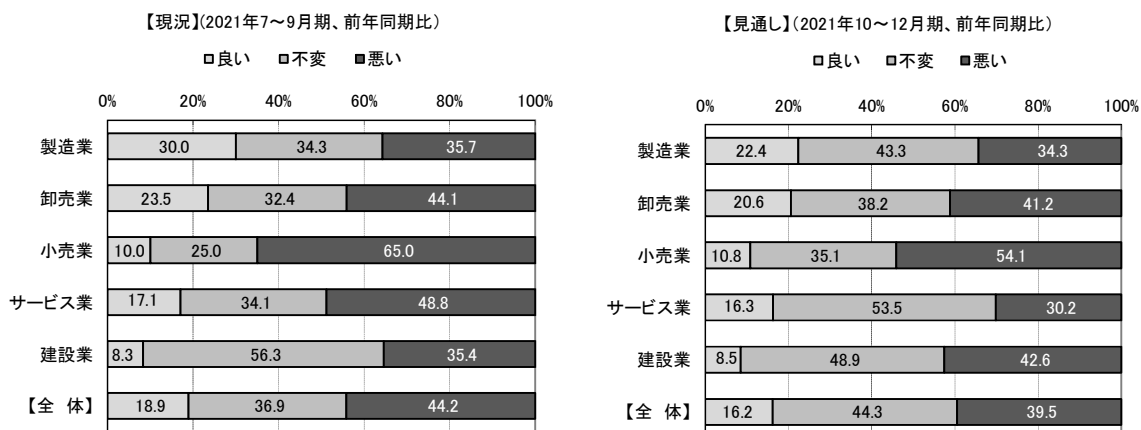
業況判断D I（前年同期比）の推移 <全体>



業況判断D I（前年同期比）の推移 <業種別>



- ・ 5業種別に業況判断の動向をみると、2021年7～9月期は、「悪い」の回答割合が小売業（65.0%）で最も高く、6割を超えているほか、卸売業（44.1%）、サービス業（48.8%）でも4割を超えている。
- ・ 2021年10～12月期は、「悪い」の回答割合が小売業（54.1%）で引き続き最も高く、5割を超えている。



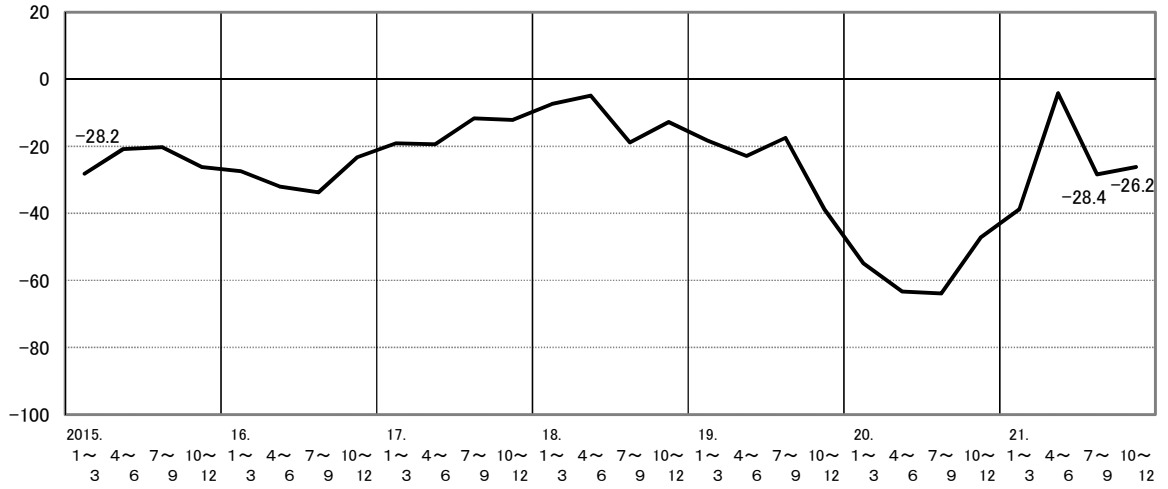
(2) 売上高の動向

- ・ 2021年7～9月期の売上高DIは全体で△28.4。2021年4～6月期(△4.2)と比較し△24.2ポイントの悪化となった。業種別では、5業種全てで悪化した。
- ・ 2021年10～12月期は、全体では△26.2と2021年7～9月期から+2.2ポイントの改善となる見通し。業種別では、製造業、建設業で引き続き悪化する一方、卸売業、小売業、サービス業で改善する見通し。

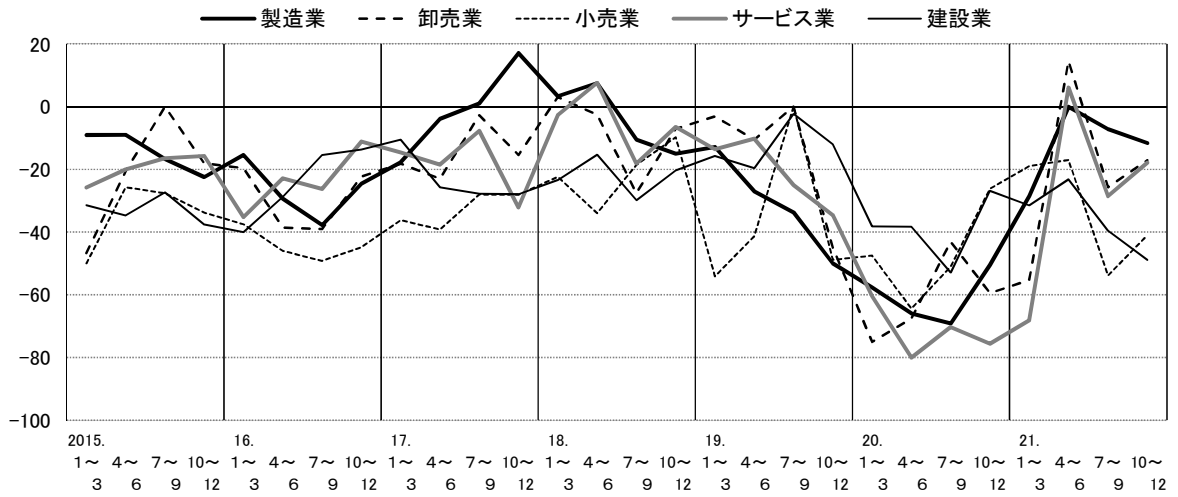
売上高の動向(前年同期比)

業種	前回調査DI (2021年 4～6月期)	現況 (2021年7～9月期)				見通し (2021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	0.0	34.8	23.2	42.0	△ 7.2	26.1	36.2	37.7	△11.6
卸売業	14.6	22.9	28.6	48.6	△ 25.7	22.9	37.1	40.0	△17.1
小売業	△17.0	12.8	20.5	66.7	△ 53.9	15.4	28.2	56.4	△41.0
サービス業	6.1	19.0	33.3	47.6	△ 28.6	15.4	51.3	33.3	△17.9
建設業	△23.2	8.3	43.8	47.9	△ 39.6	6.4	38.3	55.3	△48.9
全体	△4.2	21.0	29.6	49.4	△ 28.4	17.9	38.0	44.1	△26.2

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

- ・2021年7～9月期の設備投資は、全体では「実施した」が26.7%と前回調査(24.5%)から+2.2ポイント上昇し、設備投資に対するやや積極的な姿勢がうかがわれた。
- ・2021年7～9月期に設備投資を実施した事業所の投資内容は「生産設備」、「車両・運搬具」、「付帯施設」、「OA機器」が多い。
- ・2021年10～12月期は、設備投資を「計画している」が27.1%と、今期「実施した」割合(26.7%)から+0.4ポイント上昇する見通し。
- ・2021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は「生産設備」、「車両・運搬具」、「OA機器」、「付帯施設」が多い。

【現況】2021年7～9月期の設備投資

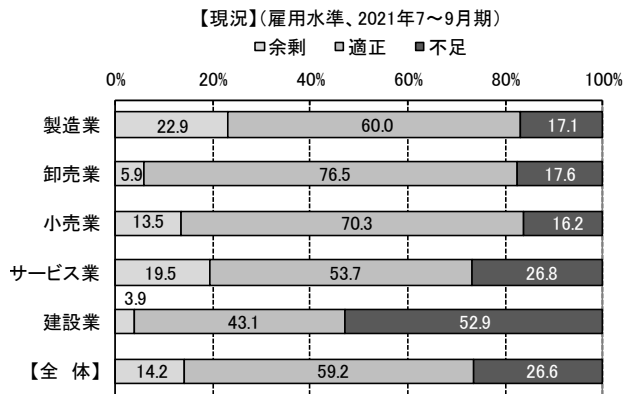
業種	実施した(%) 【()内は事業所数】	投資内容(事業所数、複数回答)								実施しなかった(%)
		土地	建物	生産設備	車両・運搬具	付帯施設	OA機器	福利厚生施設	その他	
製造業	26.4 (19)	0	2	14	4	4	3	0	0	73.6
卸売業	26.5 (9)	0	0	0	3	1	5	0	0	73.5
小売業	20.5 (8)	1	0	3	2	4	2	0	1	79.5
サービス業	29.5 (13)	0	2	3	5	5	2	0	1	70.5
建設業	29.4 (15)	0	1	3	9	2	3	0	0	70.6
全体	26.7 (64)	1	5	23	23	16	15	0	2	73.3

【計画】2021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	32.4 (23)	2	3	14	2	5	4	1	0	67.6
卸売業	24.2 (8)	1	0	0	4	1	2	0	0	75.8
小売業	25.6 (10)	0	2	5	2	1	3	1	2	74.4
サービス業	29.5 (13)	0	3	3	3	6	3	0	0	70.5
建設業	20.4 (10)	0	0	1	8	0	3	0	1	79.6
全体	27.1 (64)	3	8	23	19	13	15	2	3	72.9

(4) 雇用の動向

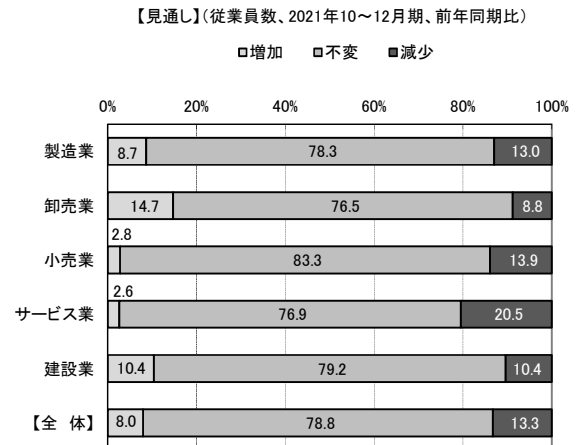
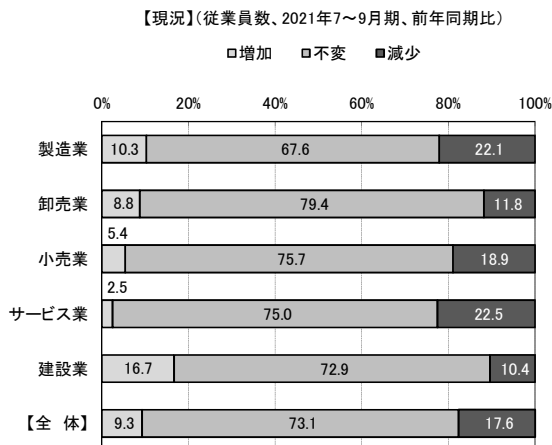
- ・2021年7～9月期の雇用水準は、全体では「余剰」14.2%（2021年4～6月期12.5%）、
「適正」59.2%（同61.0%）、「不足」26.6%（同26.5%）。
- ・D I（「余剰」－「不足」）は△12.4と4期連続で不足超となった。
- ・業種別では、製造業を除く4業種で不足超となっており、建設業（△49.0）のマイナス幅が最も大きい。



雇用の動向

業種	前回調査DI (水準、2021年 4～6月期)	現況DI (水準、2021年 7～9月期)
製造業	0.0	5.8
卸売業	△9.6	△11.7
小売業	△2.3	△2.7
サービス業	△19.2	△7.3
建設業	△43.8	△49.0
全体	△14.0	△12.4

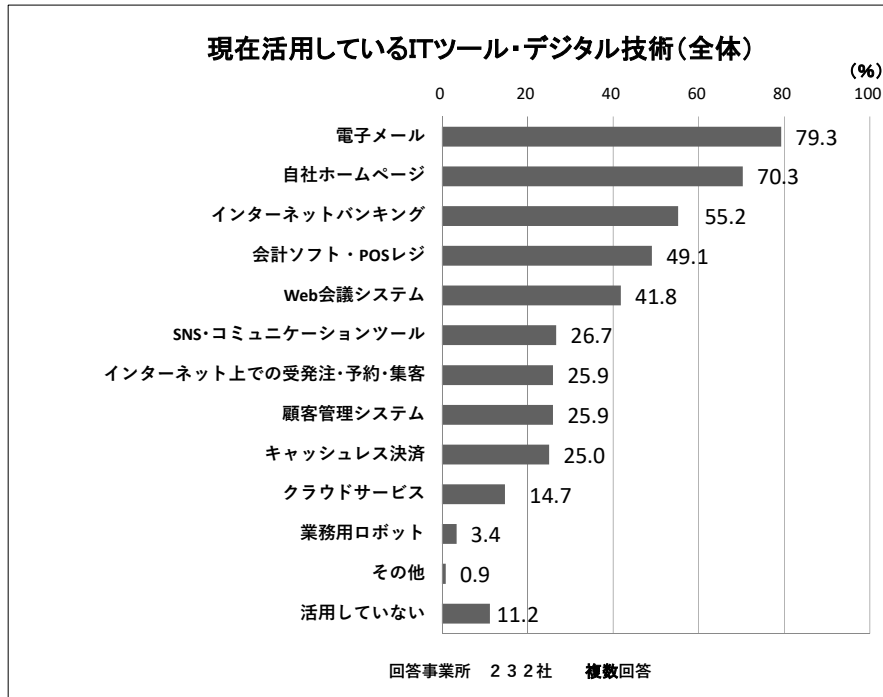
- ・2021年7～9月期の従業員数は、全体で「増加」9.3%（2021年4～6月期8.9%）、
「不変」73.1%（同76.2%）、「減少」17.6%（同14.9%）。
- ・2021年10～12月期の従業員数は、全体で「増加」8.0%、「不変」78.8%、「減少」
13.3%。



2. IT ツール・デジタル技術の導入、消費税のインボイス制度に関する調査

(1) 現在活用している IT ツール・デジタル技術

- ・現在どのような IT ツールやデジタル技術を活用しているか尋ねたところ、全体では「電子メール」(79.3%)が最も高く、「自社ホームページ」(70.3%)、「インターネットバンキング」(55.2%)が続いた。



- ・業種別では、5業種とも「電子メール」、「自社ホームページ」が上位を占めた。
- ・コロナ禍で注目された「Web会議システム」は、製造業(50.0%)で5割に達したほか、卸売業(48.5%)、サービス業(42.9%)でも4割を超えた。

現在活用しているITツール・デジタル技術(業種別) 回答と比率(%)

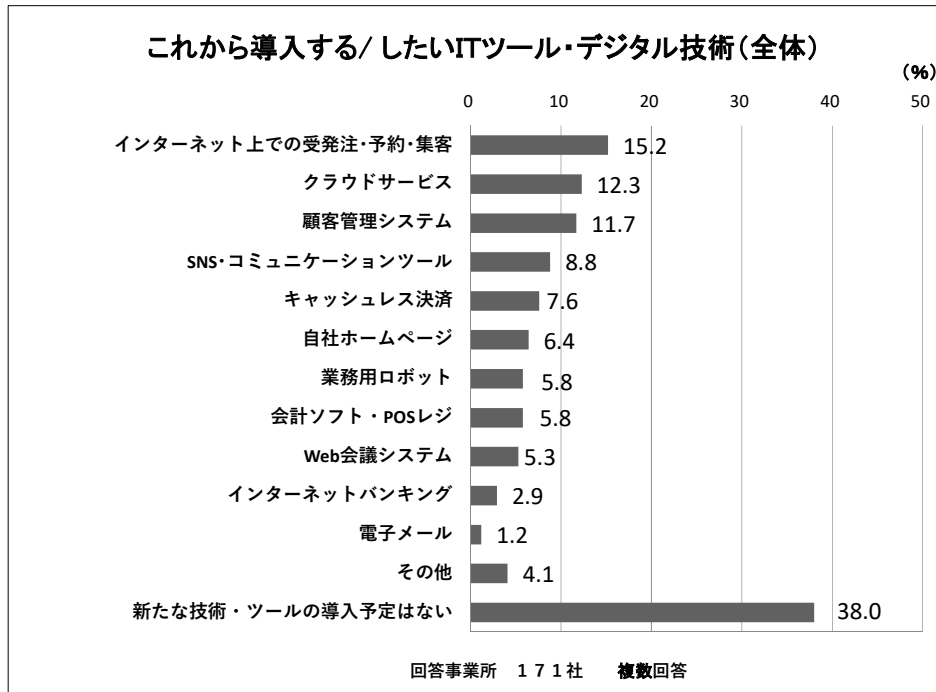
業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (70社)		電子メール	自社ホームページ	インターネットバンキング	Web会議システム	会計ソフト・POSレジ
		87.1	68.6	62.9	50.0	44.3
卸売業 (33社)		電子メール	自社ホームページ	インターネットバンキング	Web会議システム	インターネット上での受発注・予約・集客
		78.8	69.7	66.7	48.5	39.4
小売業 (37社)		自社ホームページ	電子メール	キャッシュレス決済	会計ソフト・POSレジ	顧客管理システム
		64.9	62.2	54.1	48.6	45.9
サービス業 (42社)		自社ホームページ	電子メール	キャッシュレス決済	Web会議システム	インターネットバンキング
		73.8	69.0	50.0	42.9	40.5
建設業 (50社)		電子メール	自社ホームページ	会計ソフト・POSレジ	インターネットバンキング	Web会議システム
		90.0	74.0	70.0	60.0	32.0

()内は回答企業数

※複数回答のため、割合の合計は100にならない。

(2) これから導入する/したい IT ツール・デジタル技術

- ・これから導入する/したい IT ツールやデジタル技術を尋ねたところ、全体では「インターネット上での受発注・予約・集客」(15.2%)が最も高く、「クラウドサービス」(12.3%)、「顧客管理システム」(11.7%)が続いた。



- ・業種別では、小売業、サービス業、建設業で「インターネット上での発注・予約・集客」が最も高く（建設業は「クラウドサービス」も同率で最も高い）、製造業で「顧客管理システム」、卸売業で「クラウドサービス」がそれぞれ最も高かった（卸売業は「Web会議システム」も同率で最も高い）。

これから導入する/したいITツール・デジタル技術(業種別) 回答と比率(%)

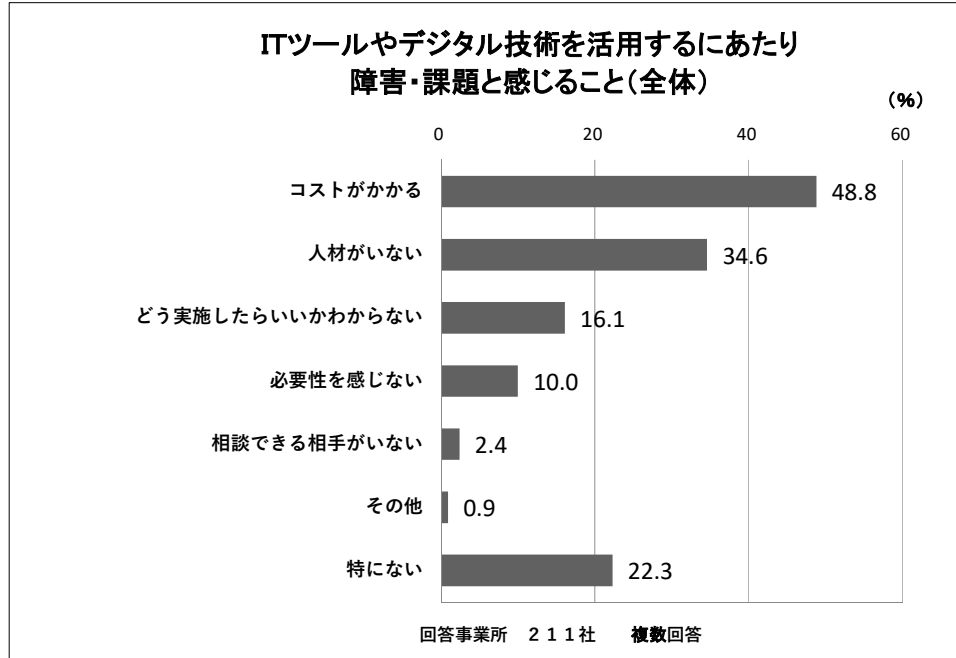
業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (57社)	顧客管理システム	インターネット上での受発注・予約・集客	業務用ロボット	自社ホームページ	会計ソフト・POSレジ	
		15.8	12.3	12.3	8.8	8.8
卸売業 (23社)	クラウドサービス	Web会議システム	業務用ロボット	キャッシュレス決済	顧客管理システム	
		13.0	13.0	8.7	8.7	8.7
小売業 (26社)	インターネット上での受発注・予約・集客	SNS・コミュニケーションツール	クラウドサービス	自社ホームページ	顧客管理システム	
		19.2	15.4	15.4	11.5	7.7
サービス業 (30社)	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	キャッシュレス決済	クラウドサービス	顧客管理システム	
		20.0	13.3	13.3	10.0	10.0
建設業 (35社)	インターネット上での受発注・予約・集客	クラウドサービス	SNS・コミュニケーションツール	顧客管理システム	キャッシュレス決済	
		20.0	20.0	11.4	11.4	8.6

()内は回答企業数

※複数回答のため、割合の合計は100にならない。

(3) IT ツール・デジタル技術を活用するにあたり障害・課題と感ずること

- ・自社で IT ツールやデジタル技術を活用するにあたり障害・課題と感ずることを尋ねたところ、全体では「コストがかかる」(48.8%)が最も高く、「人材がいない」(34.6%)、「どう実施したらいいかわからない」(16.1%)が続いた。



- ・業種別では、5業種とも「コストがかかる」、「人材がいない」が上位を占めた。

ITツールやデジタル技術を活用するにあたり障害・課題と感ずること(業種別) 回答と比率(%)

業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (66社)		コストがかかる	人材がいない	どう実施したらいいかわからない	必要性を感じない	相談できる相手がない
		59.1	34.8	18.2	10.6	3.0
卸売業 (30社)		コストがかかる	人材がいない	どう実施したらいいかわからない	必要性を感じない	
		43.3	26.7	16.7	6.7	
小売業 (32社)		人材がいない	コストがかかる	どう実施したらいいかわからない	必要性を感じない	相談できる相手がない
		46.9	28.1	21.9	9.4	6.3
サービス業 (39社)		コストがかかる	人材がいない	どう実施したらいいかわからない	必要性を感じない	
		51.3	30.8	15.4	12.8	
建設業 (44社)		コストがかかる	人材がいない	どう実施したらいいかわからない	必要性を感じない	相談できる相手がない
		50.0	34.1	9.1	9.1	2.3

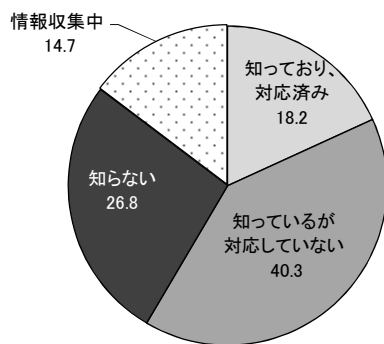
()内は回答企業数

※複数回答のため、割合の合計は100にならない。

(4) 消費税のインボイス制度の認知状況

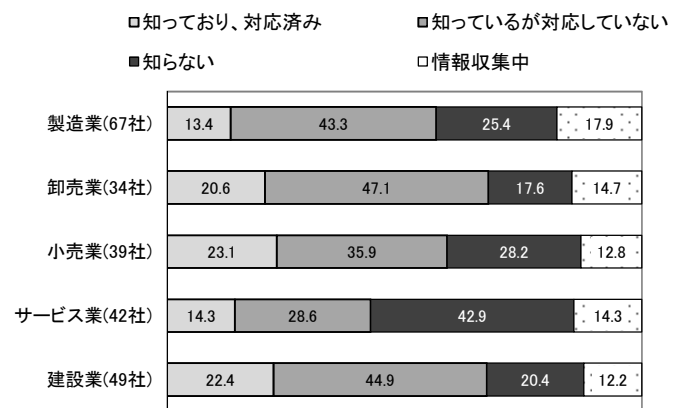
- ・令和5年10月から始まる消費税の「適格請求書等保存方式（インボイス制度）」を知っているか尋ねたところ、全体では「知っており、対応済み」が18.2%、「知っているが対応していない」が40.3%、「知らない」が26.8%、「情報収集中」が14.7%だった。「知っている」が6割近くを占めたものの、実際に対応している事業所は2割を下回った。
- ・業種別では、「知っており、対応済み」は卸売業（20.6%）、小売業（23.1%）、建設業（22.4%）で2割を超えた。

インボイス制度の認知状況(全体 %)



(回答事業所 231社)

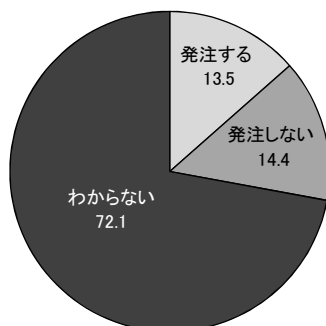
インボイス制度の認知状況(業種別 %)



(5) インボイスに対応していない事業所への今後の発注の有無

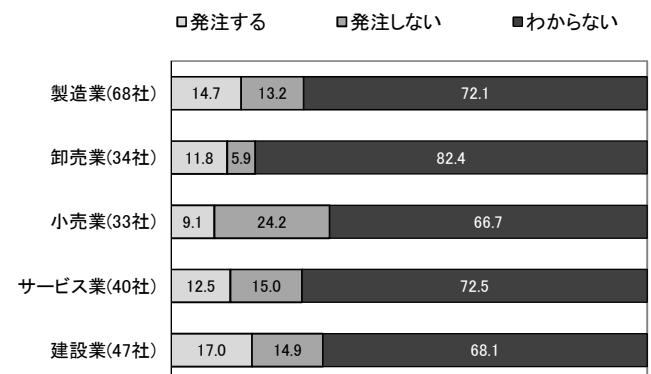
- ・インボイス制度の開始後に、制度に対応していない事業所にも発注するか尋ねたところ、全体では「発注する」が13.5%、「発注しない」が14.4%、「わからない」が72.1%だった。
- ・業種別では、5業種とも「わからない」が大半を占めた。

インボイスに対応していない事業所への今後の発注の有無(全体 %)



(回答事業所 222社)

インボイスに対応していない事業所への今後の発注の有無(業種別 %)

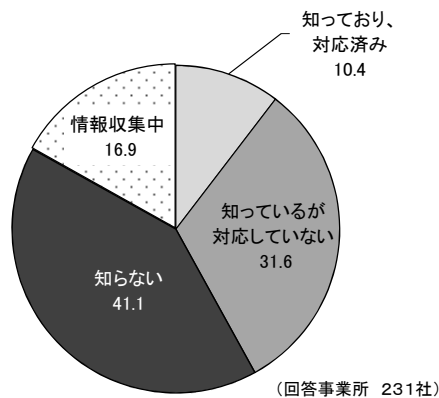


3. 事業承継税制、SDGs、新型コロナウイルス対応に関する調査

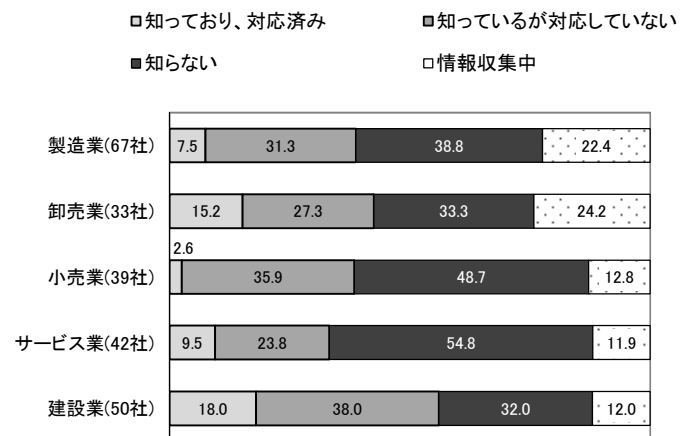
(1) 事業承継税制の認知状況

- ・「事業承継税制」を知っているか尋ねたところ、全体では「知っており、対応済み」が 10.4%、「知っているが対応していない」が 31.6%、「知らない」が 41.1% だった。4 割以上の事業所が知っているものの、実際に対応している事業所は 1 割にとどまった。
- ・業種別では、「知っており、対応済み」は建設業（18.0%）で最も高く、小売業（2.6%）で最も低かった。

事業承継税制の認知状況(全体 %)



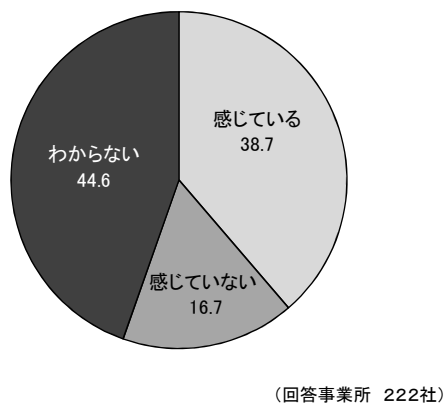
事業承継税制の認知状況(業種別 %)



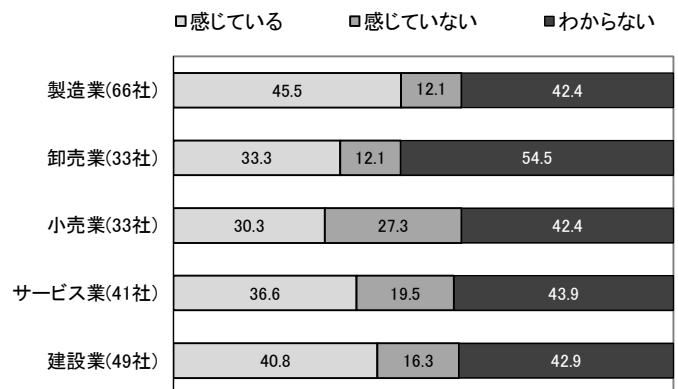
(2) SDGs に取り組む必要性の有無

- ・ビジネスを進めるうえで SDGs に取り組む必要があると感じているか尋ねたところ、全体では「感じている」が 38.7%、「感じていない」が 16.7%、「わからない」が 44.6% だった。
- ・業種別では、「感じている」は製造業（45.5%）、建設業（40.8%）で 4 割を超えた。

SDGsに取り組む必要性の有無(全体 %)

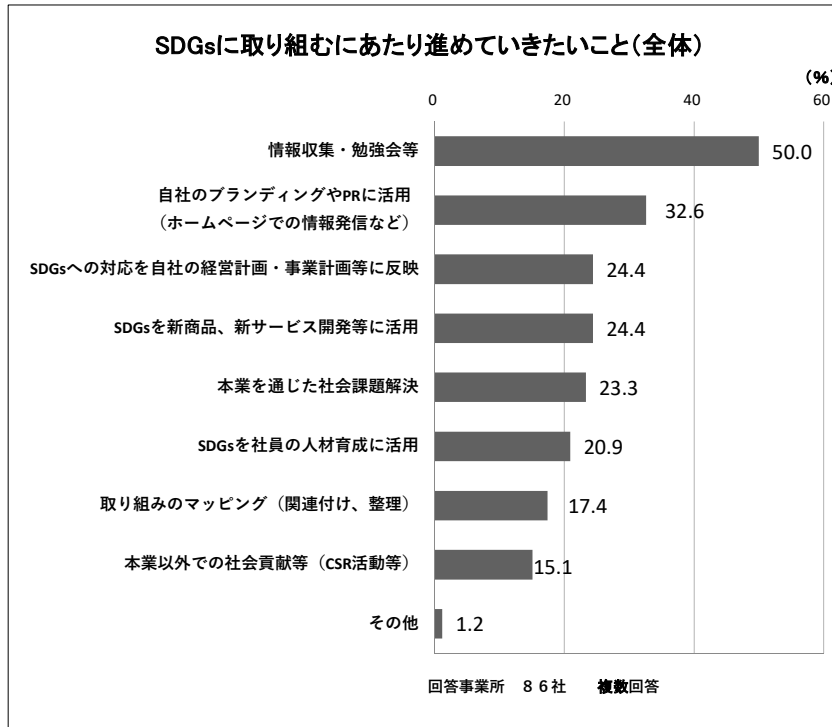


SDGsに取り組む必要性の有無(業種別 %)



(3) SDGsに取り組むにあたり進めていきたいこと

- ・今後 SDGs に取り組むにあたりどのようなことを進めていきたいか尋ねたところ、全体では「情報収集・勉強会等」(50.0%)が最も高く、「自社のブランディングやPRに活用(ホームページでの情報発信など)」(32.6%)、「SDGsへの対応を自社の経営計画・事業計画等に反映」、「SDGsを新商品、新サービス開発等に活用」(ともに24.4%)が続いた。



- ・業種別では、小売業を除く4業種で「情報収集・勉強会等」が最も高く、小売業で「本業を通じた社会課題解決」が最も高かった。

SDGsに取り組むにあたり進めていきたいこと(業種別) 回答と比率(%)

業種	順位	1位	2位	3位	4位	5位
製造業 (30社)		情報収集・勉強会等	SDGsを新商品、新サービス開発等に活用	自社のブランディングやPRに活用(ホームページでの情報発信など)	SDGsへの対応を自社の経営計画・事業計画等に反映	SDGsを社員の人材育成に活用
		46.7	30.0	26.7	23.3	23.3
卸売業 (11社)		情報収集・勉強会等	自社のブランディングやPRに活用(ホームページでの情報発信など)	SDGsを新商品、新サービス開発等に活用	SDGsを社員の人材育成に活用	取り組みのマッピング(関連付け、整理)
		63.6	36.4	27.3	27.3	18.2
小売業 (10社)		本業を通じた社会課題解決	自社のブランディングやPRに活用(ホームページでの情報発信など)	情報収集・勉強会等	SDGsへの対応を自社の経営計画・事業計画等に反映	SDGsを新商品、新サービス開発等に活用
		50.0	40.0	30.0	30.0	20.0
サービス業 (15社)		情報収集・勉強会等	SDGsへの対応を自社の経営計画・事業計画等に反映	自社のブランディングやPRに活用(ホームページでの情報発信など)	SDGsを新商品、新サービス開発等に活用	本業を通じた社会課題解決
		53.3	40.0	40.0	40.0	26.7
建設業 (20社)		情報収集・勉強会等	自社のブランディングやPRに活用(ホームページでの情報発信など)	取り組みのマッピング(関連付け、整理)	本業を通じた社会課題解決	SDGsを社員の人材育成に活用
		55.0	30.0	25.0	25.0	25.0

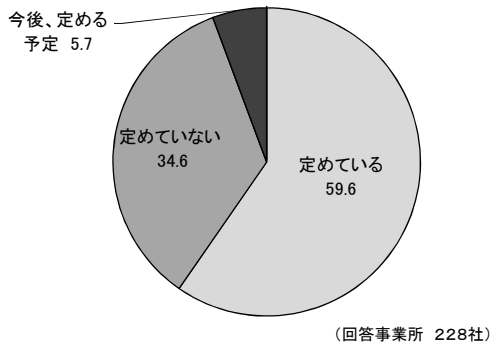
()内は回答企業数

※複数回答のため、割合の合計は100にならない。

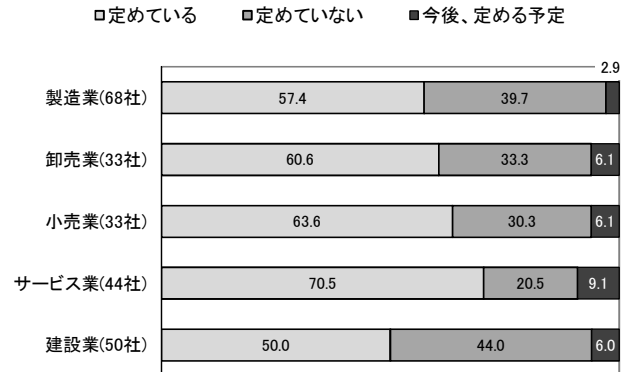
(4) 新型コロナウイルスに対する従業員の健康管理体制等の整備状況

- ・新型コロナウイルスに対する従業員の健康管理体制や、症状があった場合の対応方法等を定めているか尋ねたところ、全体では「定めている」が59.6%、「定めていない」が34.6%、「今後、定める予定」が5.7%だった。
- ・業種別では、「定めている」はサービス業（70.5%）で最も高く、7割を超えた。

新型コロナウイルスに対する従業員の健康管理体制等の整備状況(全体 %)



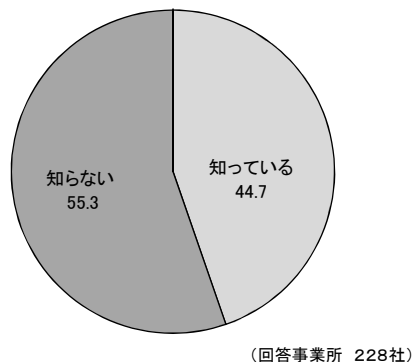
新型コロナウイルスに対する従業員の健康管理体制等の整備状況(業種別 %)



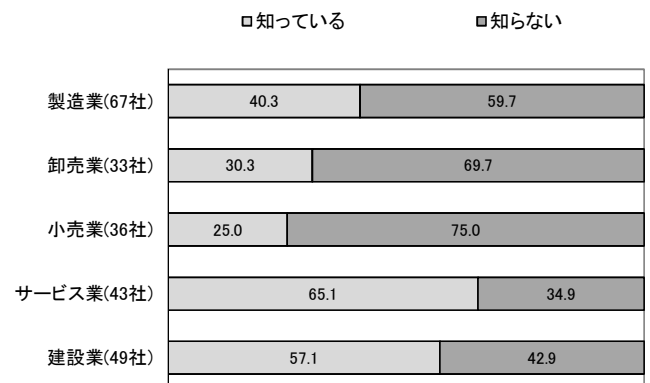
(5) 長岡市が実施するPCR検査等に対する費用補助制度等の認知状況

- ・長岡市が実施する「市民が自主的に行うPCR検査等に対する費用の補助制度」や「事業所に対するPCR検査機関の紹介制度」について知っているか尋ねたところ、全体では「知っている」が44.7%、「知らない」が55.3%だった。
- ・業種別では、「知っている」はサービス業（65.1%）で最も高く、6割を超えた。

長岡市が実施するPCR検査等に対する費用補助制度等の認知状況(全体 %)



長岡市が実施するPCR検査等に対する費用補助制度等の認知状況(業種別 %)



以上