

コロナが宜野湾市内事業者に与えた影響調査

—アフターコロナを見据えた事業者アンケート—

2022年

3月

はじめに

本報告書は、沖縄国際大学沖縄経済環境研究所 2021 年度における地域連携事業の成果をとりまとめたものである。

現在、コロナ感染は収束することなく依然として 1 日あたり千人近くの新規感染者が発生している。2019 年中国武漢で発生した新型コロナウイルスはグローバル化の波に乗って瞬く間に世界に広まった。沖縄でも 2020 年から実に 3 年間もコロナ禍に見舞われているのである。

コロナにより、沖縄経済は大きな打撃を受けている。特に観光客は 1 千万人を超え、ハワイを追い越す勢いであったのが、コロナ感染拡大により激減し、特に外国人観光客はほぼゼロとなっている。

宜野湾市でも売上が 8 割～9 割も落ち込む事業者もあり、その経済的社会的影響はこれまで経験したこともない規模となっている。国の対策は当初は混乱していたものの、雇用調整助成金など個人、事業者向けの様々な対策がなされている。それに対応して、県や市町村でも独自の対策を講じてきている。

宜野湾市の累計陽性者数は、8 千人を超えている（3 月 25 日現在）となっている。国、県の支援に加え、飲食店応援助成金事業を始めとして宜野湾市独自の支援事業も行っている。

以上の背景を踏まえ、今回の地域連携プロジェクトはコロナ感染が宜野湾市の経済・社会に与えた影響の実態を把握し、コロナ後の再活性化に向けた方策を検討することを目的とする。そのため、宜野湾市内の事業所約 2,400 社にアンケートを送付し、売り上げや従業員への影響、さらには今後の社会経済の変化やアフターコロナを見据えた展望などを聞いた。

本報告書では、アンケート集計結果により宜野湾市内の事業所にコロナがどのような影響を与えたのかを把握し分析するだけでなく、アフターコロナ時代の社会経済の変化を踏まえ今後の宜野湾市産業振興の課題も示したことにある。

本報告書がアフターコロナにおける宜野湾市内事業者の活性化の一助になれば幸いである。

最後に本報告書を取りまとめるに当たって、アンケートにご協力いただいた事業所及び関係各位に対し、深く感謝を申し上げる次第である。

2022 年 3 月
沖縄経済環境研究所

調査・研究スタッフ

沖縄国際大学

名嘉座 元一	経済学部	教授
平敷 卓	経済学部	准教授
小濱 武	経済学部	講師
玉城 愛梨	沖縄経済環境研究所	研究支援助手

宜野湾市

新垣 育子	宜野湾市産業政策課	商工振興係	課長
安次富 弘明	宜野湾市産業政策課	商工振興係	係長
石垣 憲康	宜野湾市産業政策課	商工振興係	主任主事

アンケート入力・集計

宮城 紗彩	沖縄国際大学大学院	地域産業研究科
比嘉 帆菜	沖縄国際大学大学院	地域産業研究科

目 次

I. アンケート集計・分析	1
1. 調査の概要	1
2. 集計結果の分析	1
属性	2
問1 コロナ前に比べた売上高の変化	6
問2 経営状況について	7
問3 コロナ禍による労働環境の変化	8
問4 顧客需要、客単価、資金繰りなどへの影響	11
問5 事業展開の展望	20
問6 コロナ感染拡大による社会の変化	24
問7 アフターコロナを見据えた取り組み	27
問8 アフターコロナを見据えた事業所の働き方の課題	30
問9 アフターコロナを見据え、中長期的にみた事業所の課題	33
問10 今後取組を検討している（または、既に取り組んでいる）地域貢献	36
問11 今後宜野湾市から受けた支援	40
問12 宜野湾市からの支援の課題	42
3. まとめ	43
II. アフターコロナを見据えた課題の解決へ向けて	45
1. アンケート結果のまとめ	45
2. 宜野湾市産業を活性化させるための課題	45
3. 支援策の方向性	46
Ⅰ. アフターコロナの事業環境の変化に対応するための支援	46
Ⅱ. 人材の育成と働き方改革への支援	47
Ⅲ. 地域コミュニティの再建への支援	48
Ⅳ. 行政の課題	49
(参考資料) 調査票	50

I. 地域連携プロジェクトアンケート調査集計・分析

1.調査の概要

(1) アンケートの目的

コロナ感染が宜野湾市の事業所に与えた影響を把握し、コロナ後における活性化の課題を検討することを目的とする。

(2) 実施機関

沖縄国際大学沖縄経済環境研究所、宜野湾市産業政策課

(3) 調査期間

2021 年 11 月 30 日（火）～12 月 24 日（金）

(4) 調査対象

宜野湾市内に所在し、NTT タウンページに掲載している 2,363 事業所

(4) アンケートの方法

対象事業所に対しアンケート票を郵送し、回答は郵送かグーグルフォームで回答してもらった。

(5) 回答状況

493 件の回答を得た。うちグーグルフォームでの回答 74 件、郵送による回答 419 件であった。
回答率は、20.1%である。

2.集計結果の分析

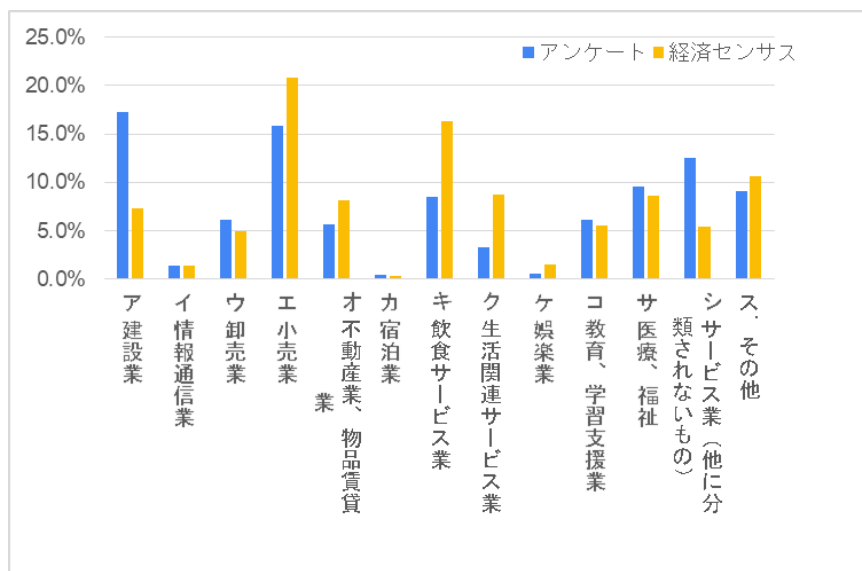
回答事業所の業種

今回のアンケート調査と平成 28 年経済センサスの業種別構成比をみたのが図表 2 である。アンケート調査の方が建設業の構成比がセンサスに比べて多いものとなっている。逆に飲食サービス業はセンサスに比べて低い。

図表 1 回答事業所の業種別分布

業種	事業所数	構成比
ア 建設業	85	17.2%
イ 情報通信業	7	1.4%
ウ 卸売業	30	6.1%
エ 小売業	78	15.8%
オ 不動産業、物品賃貸業	28	5.7%
カ 宿泊業	2	0.4%
キ 飲食サービス業	42	8.5%
ク 生活関連サービス業	16	3.2%
ケ 娯楽業	3	0.6%
コ 教育、学習支援業	30	6.1%
サ 医療、福祉	47	9.5%
シ サービス業（他に分類されないもの	62	12.6%
ス. その他	45	9.1%
(空白)	18	3.7%
総計	493	100.0%

図表 2 今回アンケート調査と経済センサス（平成 28 年）の業種構成比



（参考）

参考として示したのが宜野湾市商工会のコロナの影響調査 9 月分の業種構成であるが、やはり建設業の構成比が高い。

宜野湾市商工会コロナの影響にかかる経営状況アンケート調査 2020 年 9 月調査より

回答の状況 325事業所(19.8%)

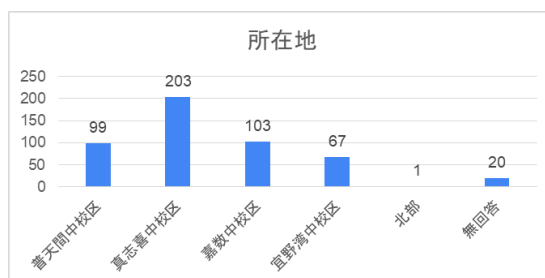
No.	業 種	事業所数	構成比
1	建設業	65	20.0%
2	製造業	18	5.5%
3	卸売業	13	4.0%
4	小売業	49	15.1%
5	飲食業	46	14.2%
6	宿泊業	4	1.2%
7	サービス業	91	28.0%
8	不動産業	10	3.1%
9	運輸業	4	1.2%
10	情報・通信業	1	0.3%
11	金融保険業	1	0.3%
12	その他	5	1.6%
13	不明	18	5.5%
合 計		325	100.0%

所在地

所在地別にみると、真志喜中校区が 203 件と最も多く、次に嘉数中校区（103 件）と続いている。

図表 3 所在地別

	件数	構成比
普天間中校区	99	20.1%
真志喜中校区	203	41.2%
嘉数中校区	103	20.9%
宜野湾中校区	67	13.6%
北部	1	0.2%
無回答	20	4.1%
	493	100.0%

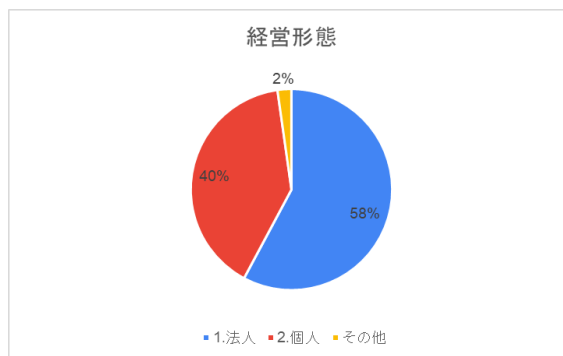


経営形態

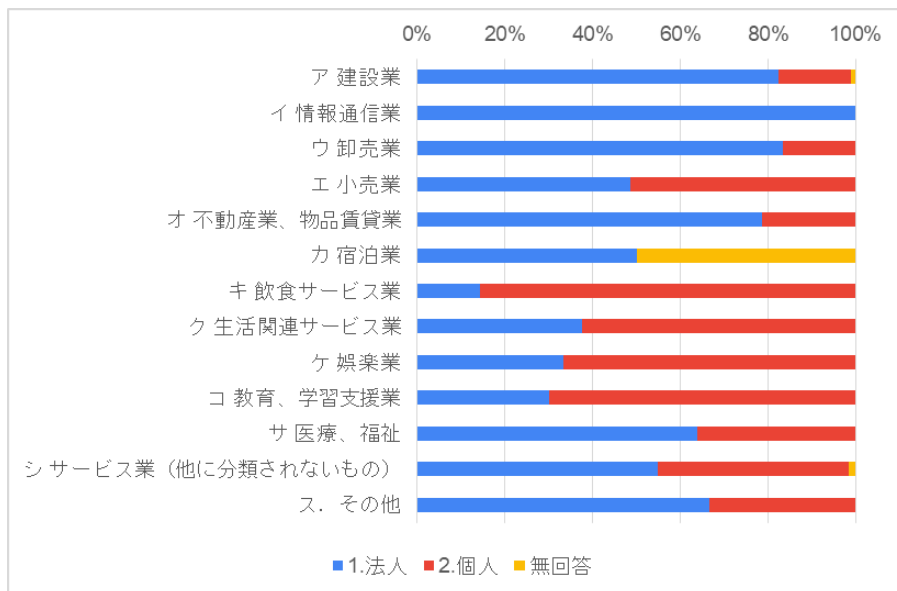
経営形態別にみると、法人が 57.8%、個人 40.0%とほぼ 6 : 4 の割合で法人企業が多い。また、業種別にみると、法人が 60%を超えるのは、建設業（82.4%）、卸売業（83.3%）、不動産業、物品賃貸業（78.6%）、医療・福祉（63.8%）、その他（66.7%）となっている。

図表 4 経営形態

	件数	構成比
1.法人	285	57.8%
2.個人	197	40.0%
その他	11	2.2%
総計	493	100.0%



図表 5 業種別経営形態（n=493）



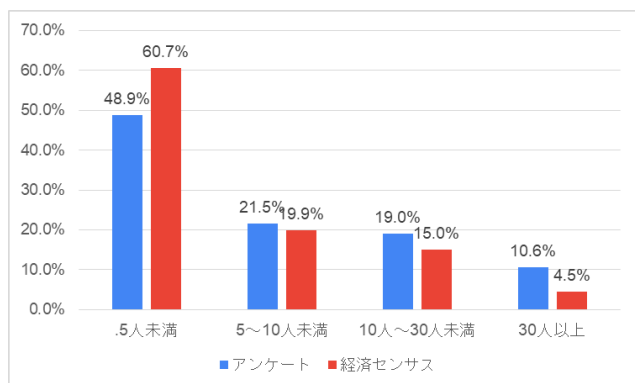
従業員数

5人未満が 234 件（47.5%）と最も多く半数近くを占めている。これを経済センサスとの比較で見ると（図表 7）、10人～30人未満、30人以上とも今回アンケート調査の方が割合が高く、比較的規模の大きな企業が回答していることが分かる。

図表 6 従業員数

	件数	構成比
ア.5人未満	234	47.5%
イ.5～10人未満	103	20.9%
ウ.10人～30人未満	91	18.5%
エ.30人以上	51	10.3%
無回答	14	2.8%
総計	493	100.0%

図表 7 従業員数構成比の今回アンケート調査と経済センサス（平成 28 年）

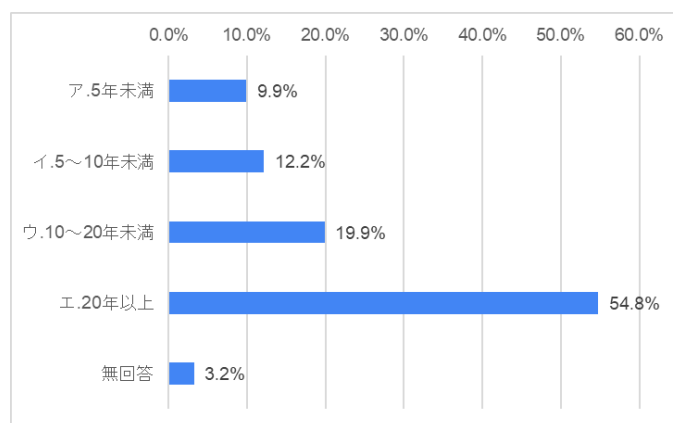


営業年数

20 年以上が 270 件（54.8%）と最も多く、次いで 10～20 年未満の 98 件（19.9%）となっている。

図表 8 営業年数

	件数	構成比
ア.5年未満	49	9.9%
イ.5～10年未満	60	12.2%
ウ.10～20年未満	98	19.9%
エ.20年以上	270	54.8%
(空白)	16	3.2%
総計	493	100.0%



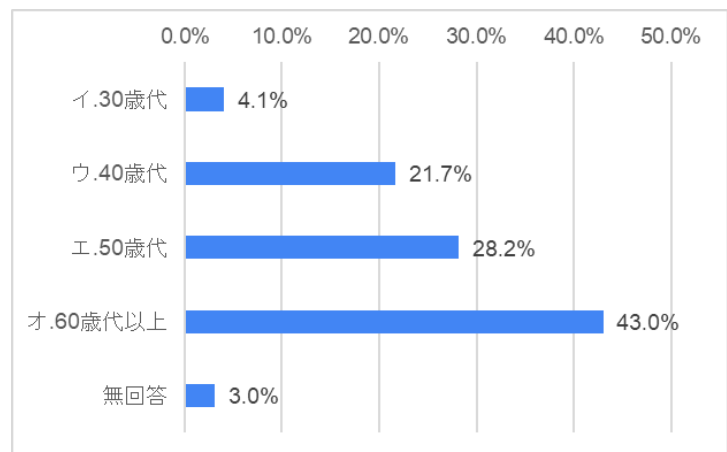
経営者の年齢

回答事業所では20代の経営者はゼロであった。60歳代以上が43.0%と最も多く、次いで50歳代、40歳代、30歳代の順となっている。

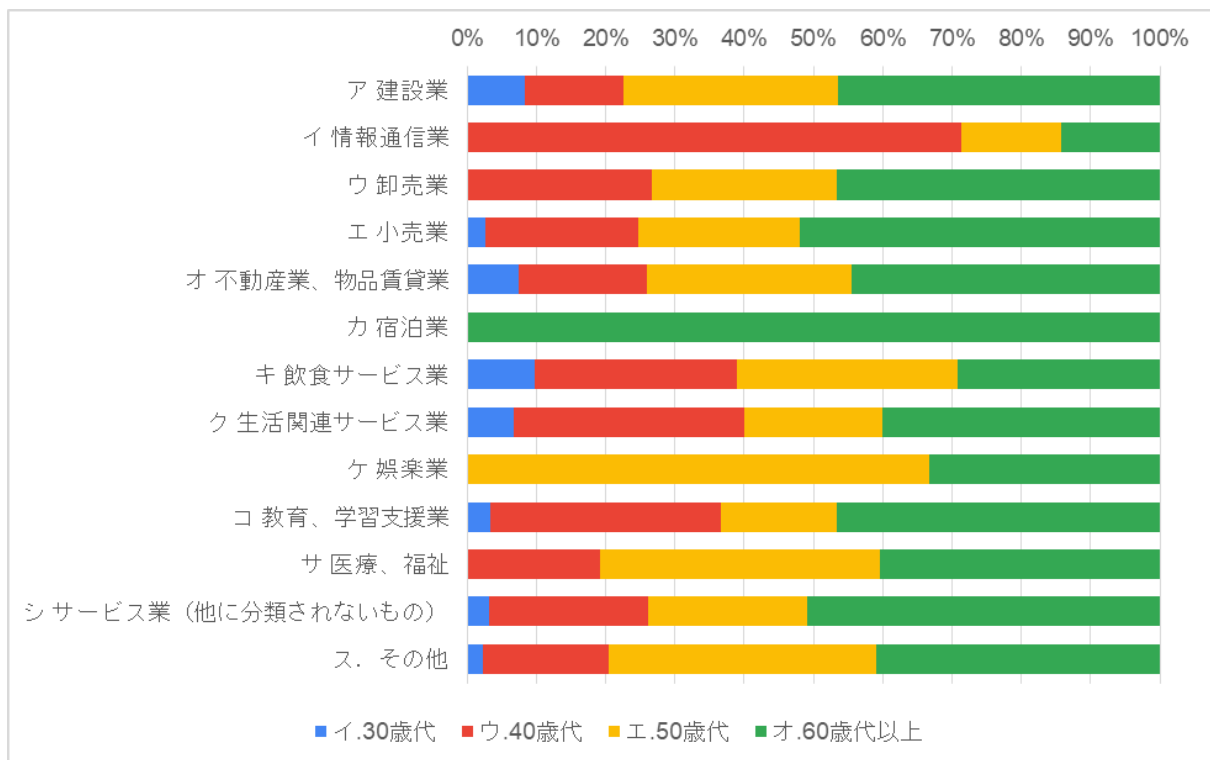
これを業種別で見ると（図表10）、30歳代および40歳代の割合が高い業種は、飲食サービス業、生活関連サービス業、教育・学習支援業である。また60歳以上の割合は小売業が最も高く、次いでサービス業と続きどちらも50%を超えている。

図表 9 経営者の年齢

	件数	構成比
イ.30歳代	20	4.1%
ウ.40歳代	107	21.7%
エ.50歳代	139	28.2%
オ.60歳代以上	212	43.0%
(空白)	15	3.0%
総計	493	100.0%



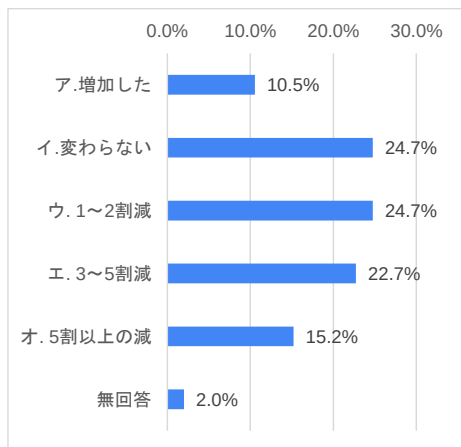
図表 10 経営者の年齢（業種別）（n=493）



問 1 2021 年の 1 月から 10 月の売上高はコロナ前に比べてどう変化しましたか。

コロナの影響による売り上げの変化について聞いたものである。「減少した」(ウ+エ+オ)と回答したのは、62.6%と 6 割以上を占める。この中でも「5 割以上の減」と深刻な売り上げ減少が 15.2%となっている。また、コロナ禍にもかかわらず、10.5%の事業者が増加したと回答している。

図表 11 2021 年 1 月から 10 月の売上高の変化 (n=493)

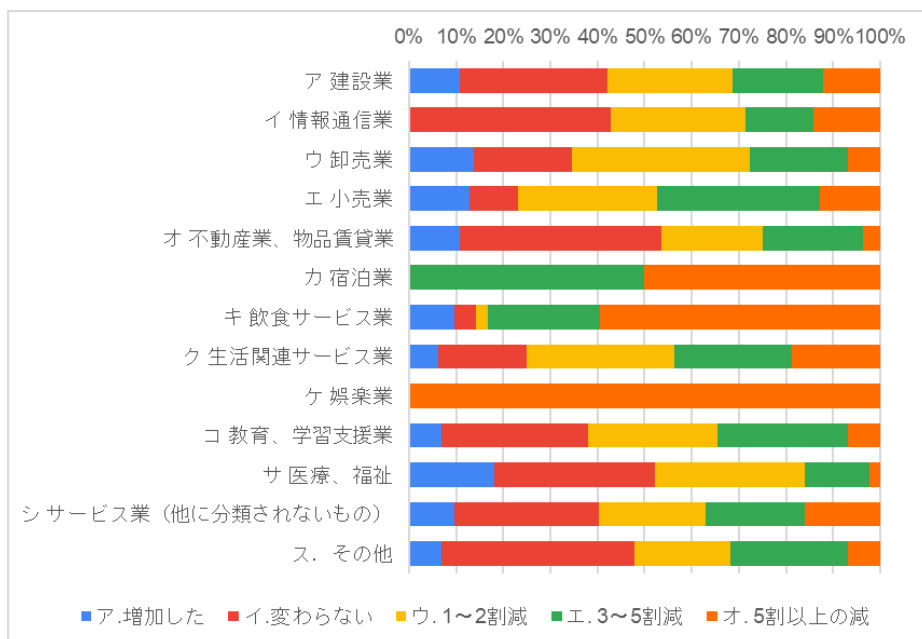


これを業種別に見たのが図表 12 である。「5 割以上の減」が多いのは娯楽業、飲食サービス業、宿泊業である。

娯楽業は 3 社のみの回答であるが、すべての事業者が「5 割以上の減」と回答しており厳しい状況が伺える。

逆に、「増加した」と回答したのは、医療・福祉業で多い。また情報通信業は「増加した」の回答がないのは意外であった。これは宜野湾市の情報通信業の特性、例えば本土企業からの下請けが多く、リモート需要の増加などに対応していないのかも知れない。

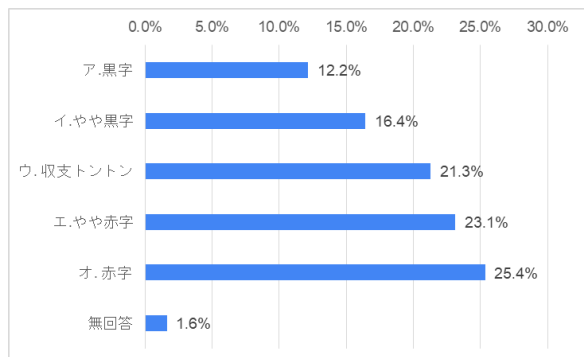
図表 12 業種別売上の変化 (n=493)



問 2 2021 年の 1 月から 10 月の経営状況はいかがでしたか。

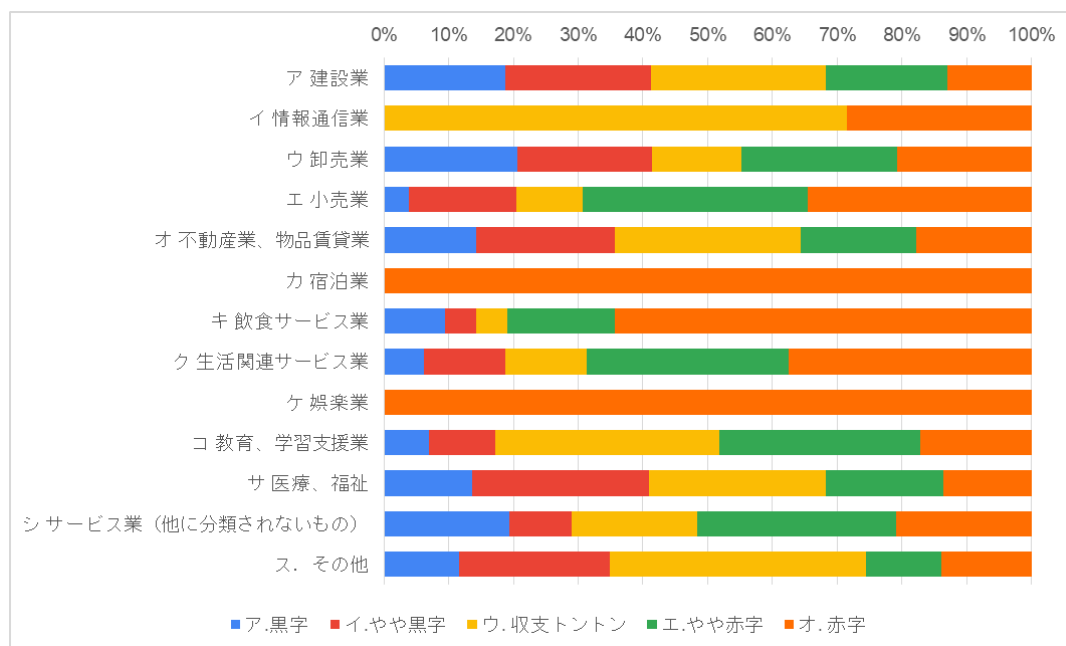
「収支トントン」を境にすると、黒字（黒字+やや黒字）が 28.6%、赤字（やや赤字+赤字）が 48.5%と赤字のほうが 2 倍近い。多くの事業所がコロナ禍による厳しい経営を強いられていると推察される。

図表 13 2021 年 1 月から 10 月の経営状況 (n=493)



業種別にみると、比較的経営状況が良いのが、建設業と医療・福祉である。経営状況が悪いのは小売業（やや赤字+赤字で 69.2%）、宿泊業（同 100%）、飲食サービス業（同 81%）、生活関連サービス業（同 68.8%）、娯楽業（100%）である。

図表 14 業種別経営状況 (n=493)

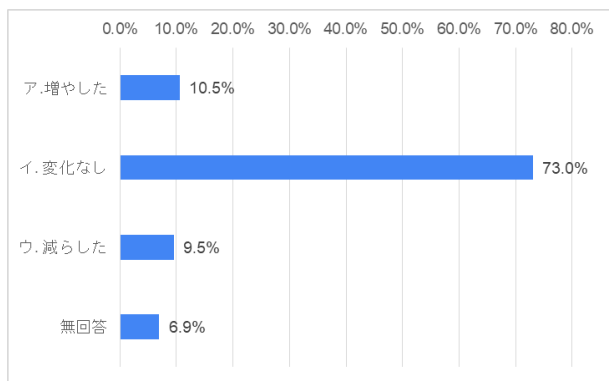


問3 コロナ禍によって、貴事業所の労働環境はどのように変化しましたか。

（正社員）

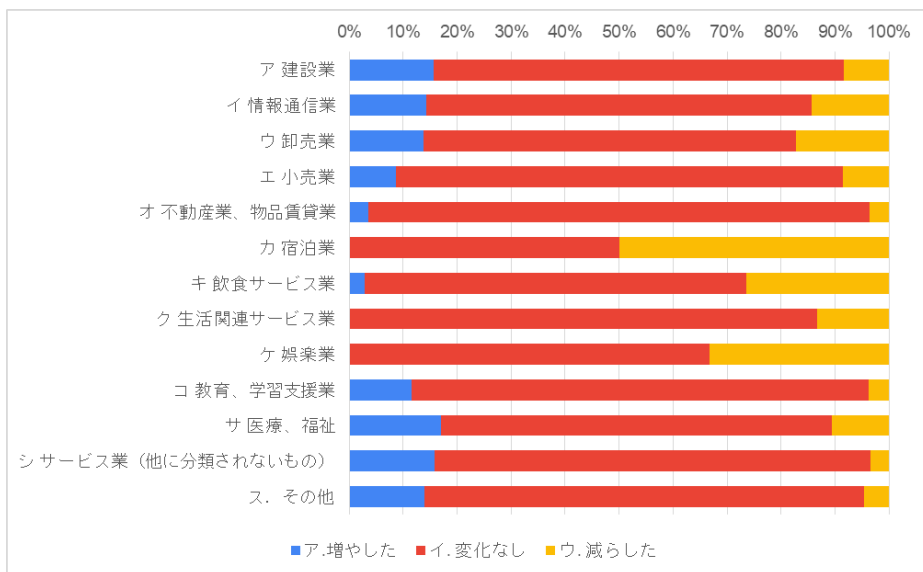
正社員については過半数以上が「変化なし」（73.0%）と回答している。また、「減らした」（6.9%）より「増やした」（10.5%）の方がやや多い結果となっている。

図表 15 正社員の変化（n=493）



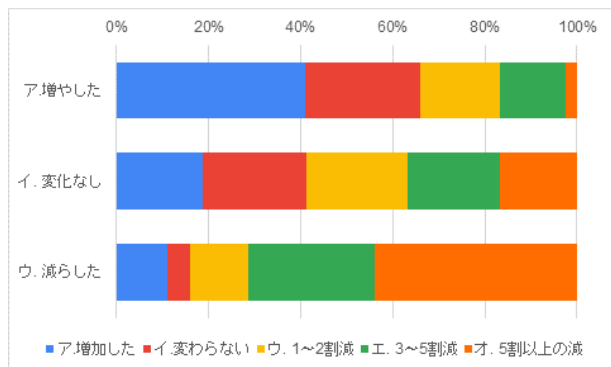
業種別にみると、「増やした」が多いのが建設業、情報通信業、卸売業、医療・福祉である。逆に「減らした」が多いのは、宿泊業、飲食サービス業、娯楽業である。これらの業種は正社員を減らさなければならないほど経営が厳しいと推察される。

図表 16 業種別正社員の変化（n=493）



問1の売り上げの状況とクロスしたのが図表17である。正社員を「増やした」と回答したところが売り上げが「増加した」が多く、「減らした」と回答したところは売り上げの減少が多く、売り上げと正社員の増減は関連していることが分かる。

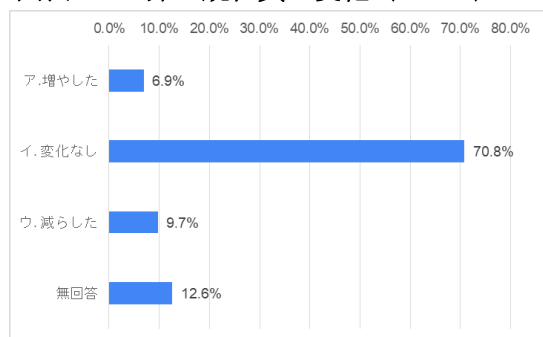
図表 17 売り上げの変化（問 1）とのクロス（n=493）



（非正規社員）

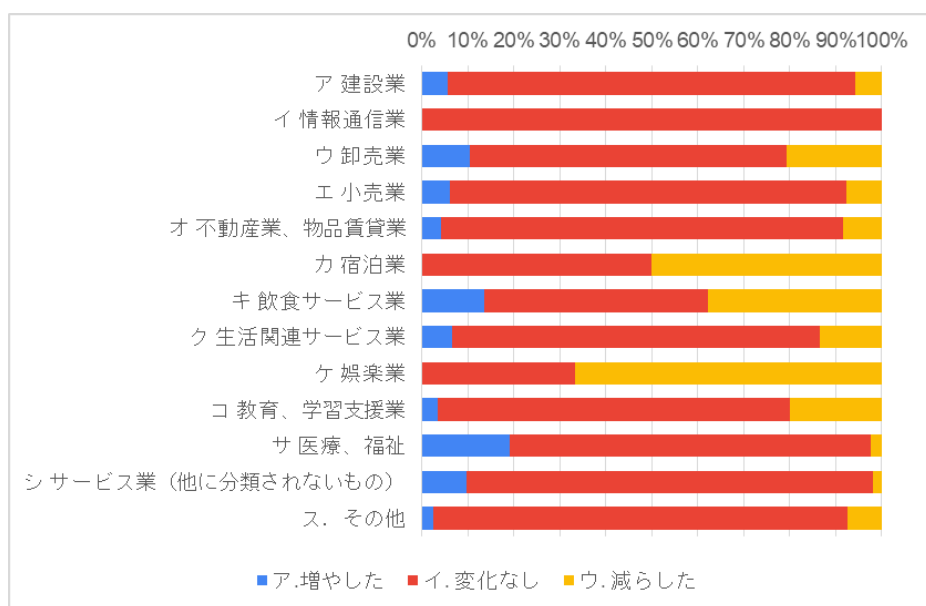
非正規雇用についてみると、正社員とほぼ同様な傾向であり、7割が「変化なし」と回答している。

図表 18 非正規社員の変化（n=493）



また業種別にみると、宿泊業、飲食サービス業、娯楽業が「減らした」が多い。これも正社員と同様である。非正規雇用の方が容易に解雇できることから、非正規社員が正社員に比べて減らす割合が高いと想定していたが想定していたより低い結果となっている。

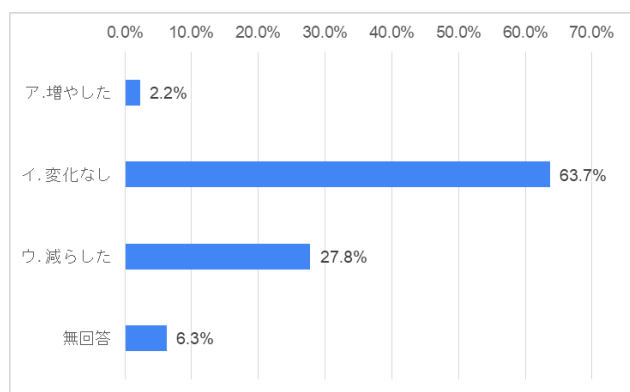
図表 19 業種別非正規社員の変化（n=493）



（労働時間）

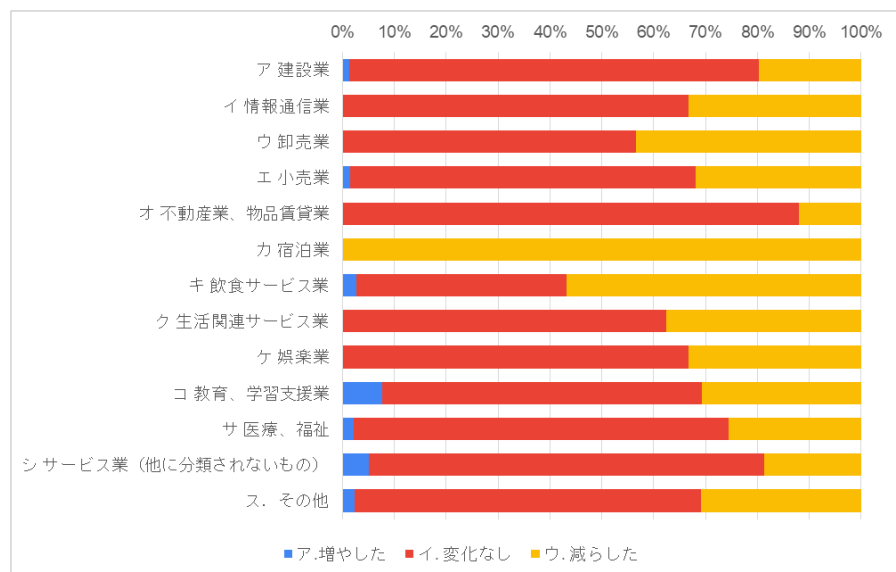
労働時間についてみると、大半が「変化なし」（63.7%）と回答しているが、「減らした」とするものが3割近く（27.8%）、コロナ禍による休業や営業時間の短縮などが影響したものと推察される。

図表 20 労働時間の変化（n=493）



これを業種別にみると、減らした割合が最も高いのが宿泊業であり、次いで飲食サービス業、卸売業と続いている。これは飲食業などはコロナにより営業時間の短縮化が求められ、労働時間を減らさざるを得ないところや宿泊業、生活関連サービス業のように需要そのものが減少したためだと推察される。

図表 21 業種別労働時間の変化（n=493）



問4次の項目についてはどのような影響がありましたか。以下の①～⑤の中から一つ選択して下さい

①プラスの影響 ②特に影響はない ③マイナスの影響 ④大幅なマイナスの影響 ⑤わからない

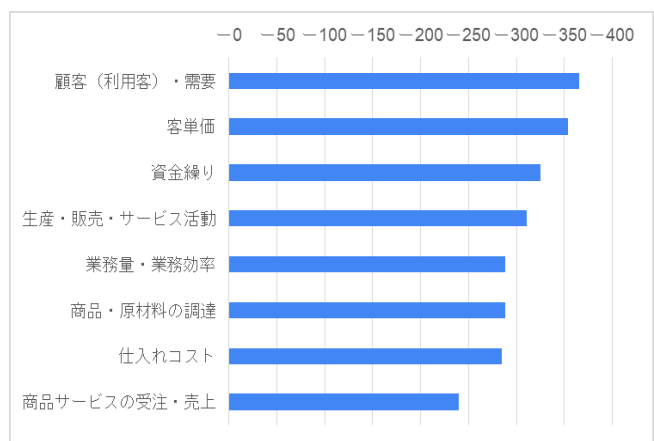
問4には8つの項目があり、それぞれの項目について“①プラスの影響”から“④マイナスの影響”まで4段階で評価するものになっている。

まず8つの項目全体について総括した後、個々の項目について検討する。総括として5段階評価を点数化した。点数の付け方は、①プラスの影響=1点、②特に影響なし=0点、③マイナスの影響=-1点、④大幅なマイナスの影響=-2点、⑤わからない=0点とし、マイナスの影響が強いほどマイナスの数値が高くなるような、深刻度をスコア化したものである。

図表22より深刻度の高い項目として、「顧客（利用客）・需要」、「客単価」、「資金繰り」、「生産・販売・サービス活動」となっている。顧客（利用客）・需要および客単価が売上に影響を与え、それが資金繰りの悪化を招いていると推察される。

図表 22 深刻度スコア

項目	深刻度
1. 顧客（利用客）・需要	—366
2. 客単価	—354
3. 商品サービスの受注・売上	—240
4. 生産・販売・サービス活動	—311
5. 業務量・業務効率	—288
6. 仕入れコスト	—285
7. 商品・原材料の調達	—288
8. 資金繰り	—325



問4では1から8までの質問があるが（図表22参照）、いくつかのカテゴリーに分けて分析することとする。

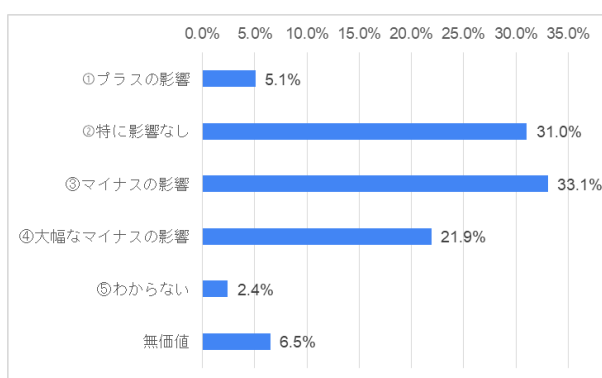
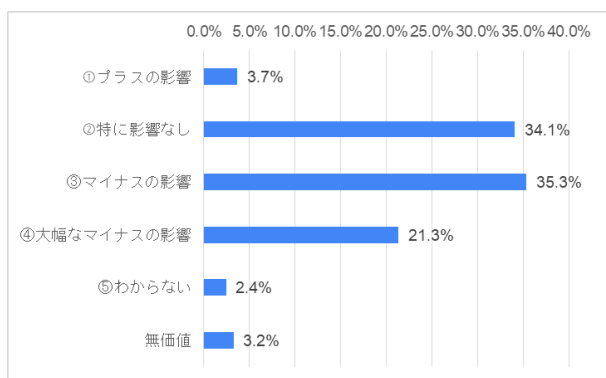
まず、1.顧客（利用客）の需要と2.客単価についての質問は、主にコロナによる消費者行動の変化や取引先の影響を聞くものである。次に、3.商品サービスの受注・売上は販路チャネルへの影響と4.生産・販売・サービス活動への影響は、従業員の就業状況や営業など事業所の活動状況への影響を聞くものである。5.業務量・業務効率については仕事量や生産性への影響を聞くものである。6.仕入れコストと7.商品・原材料の調達はコロナの仕入れルートへの影響を聞いたものである。最後の8.資金繰りは資金の出入り状況がコロナの影響をどう受けたか聞くものである。

問 4-1 と問 4-2 コロナによる消費者行動の影響

1.顧客（利用客）・需要および2.客単価への影響を聞いたものである。深刻度スコアでも見たように、「大幅なマイナスの影響」がどちらも20%を超えており、他の項目に比べてマイナスの影響が高い傾向がある。コロナによる消費者行動の変化を強く受けたものと推察される。

図表 23 顧客（利用客）・需要

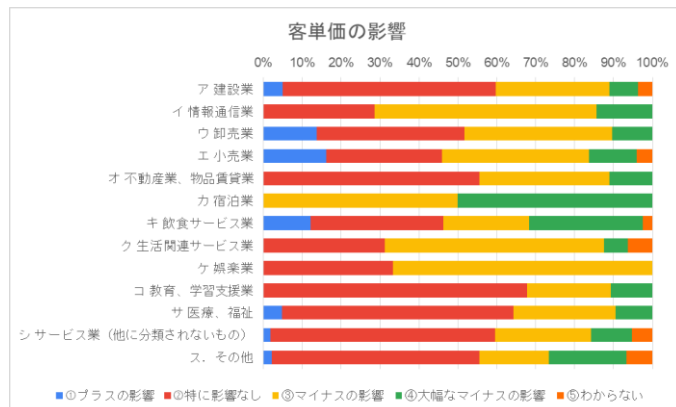
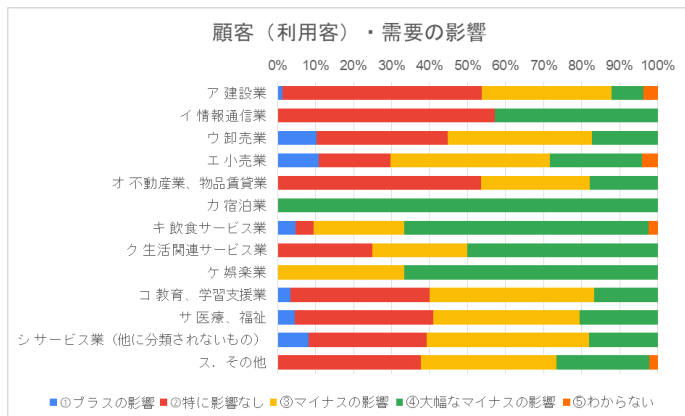
	実数	割合		実数	割合
①プラスの影響	18	3.7%	①プラスの影響	25	5.1%
②特に影響なし	168	34.1%	②特に影響なし	153	31.0%
③マイナスの影響	174	35.3%	③マイナスの影響	163	33.1%
④大幅なマイナスの影響	105	21.3%	④大幅なマイナスの影響	108	21.9%
⑤わからない	12	2.4%	⑤わからない	12	2.4%
無回答	16	3.2%	無回答	32	6.5%
総計	493	100.0%	総計	493	100.0%



これを業種別にみると、「顧客（利用客）・需要」では、大幅なマイナス影響が大きいのは、宿泊業、飲食サービス業、娯楽業である。情報通信業も意外とマイナスの影響が大きい。建設業、情報通信業、不動産業、物品賃貸業を除いて、どの業種もマイナスの影響は50%を超えている。

「客単価」では、宿泊業、飲食サービス業が大幅なマイナスが大きく、情報産業はマイナスの影響が大きい。

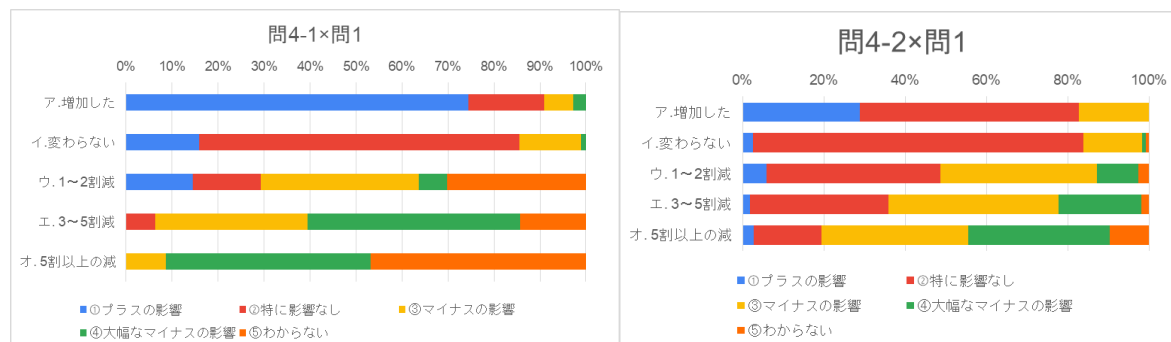
図表 24 業種別クロス (n=493)



これを問1の売り上げ高の変化とクロスしてみると、売り上げが増加した事業所は「顧客（利用客）・需要」でプラスの影響と回答した割合が高く、売り上げが減少するほどマイナスの影響が大きくなっている。売り上げには需要の影響が大きな要因となっていることが分かる。

また、客単価についても同様な傾向がみられ、売り上げ上昇は客単価の増加が要因となっており、売り上げ減少には客単価の減少が要因となっていることが分かる。

図表 25 売上の変化（問 1）とのクロス（n=493）

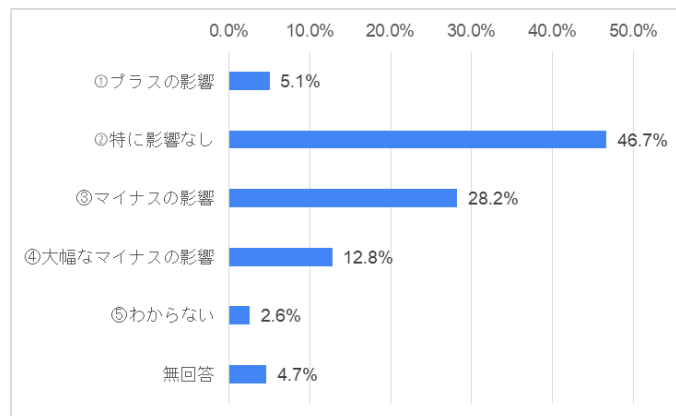


（注）縦項目は売り上げの変化（問 1）であり、横棒の内訳が問 4 の 5 段階評価。例えば、左の図でア.増加したの内訳は①プラスの影響が最も多いことが分かる。

問 4-3 商品サービスの受注・売上への影響

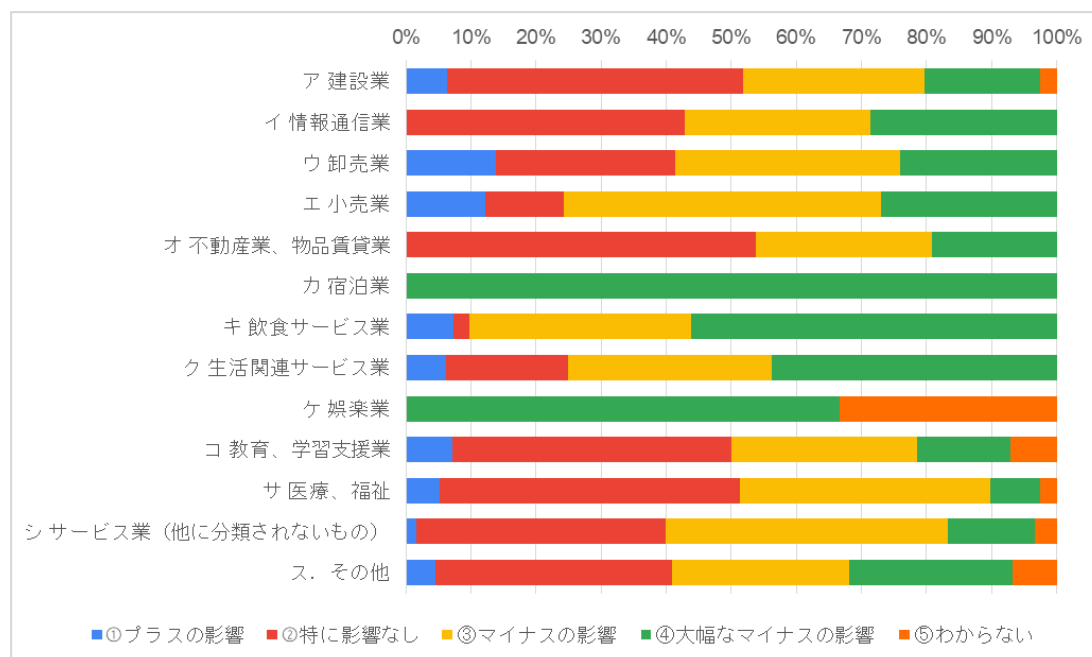
3.商品サービスの受注・売上への影響は、コロナによる販路チャネルへの影響を聞いたものである。「特に影響なし」が多くなっている。「マイナスの影響」および「大幅なマイナスの影響」を合わせると 41.0%となり、プラスの影響（5.1%）を大幅に上回っている。

図表 26 商品サービスの受注・売上への影響（n=493）



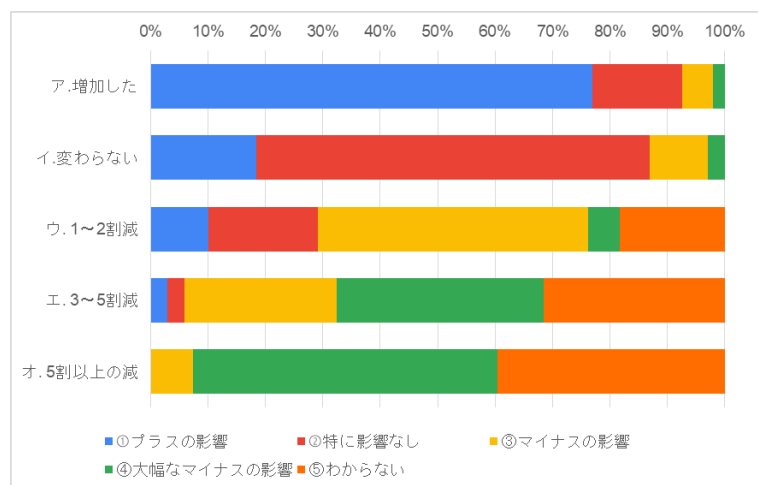
業種別にみると商品サービスの受注・売上では、宿泊業、飲食サービス業、娯楽業が「大幅なマイナスの影響」が大きい。これらに次いで小売業は「マイナスの影響」が大きい。

図表 27 業種別商品サービスの受注・売り上げへの影響 (n=493)



売り上げとのクロスを見ると、「売り上げが増加した」では販売チャネルへのプラスの影響の割合が最も高く、売り上げが厳しくなる程マイナスの影響の割合が増えている。このことから流通チャネルも売り上げの増減要因となっていることが分かる。

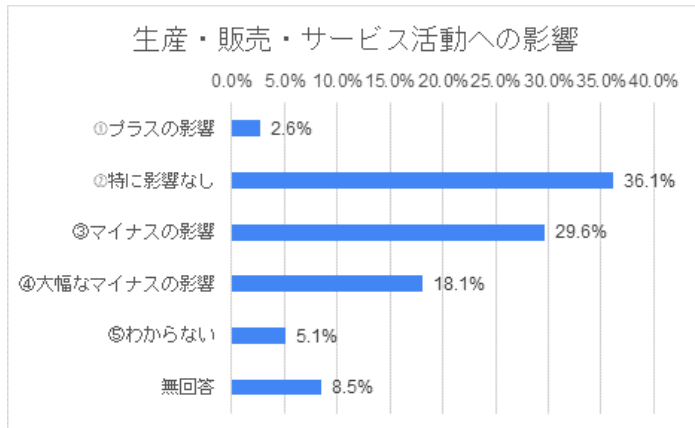
図表 28 売り上げ（問1）とのクロス (n=493)



問 4-4 生産・販売・サービス活動への影響

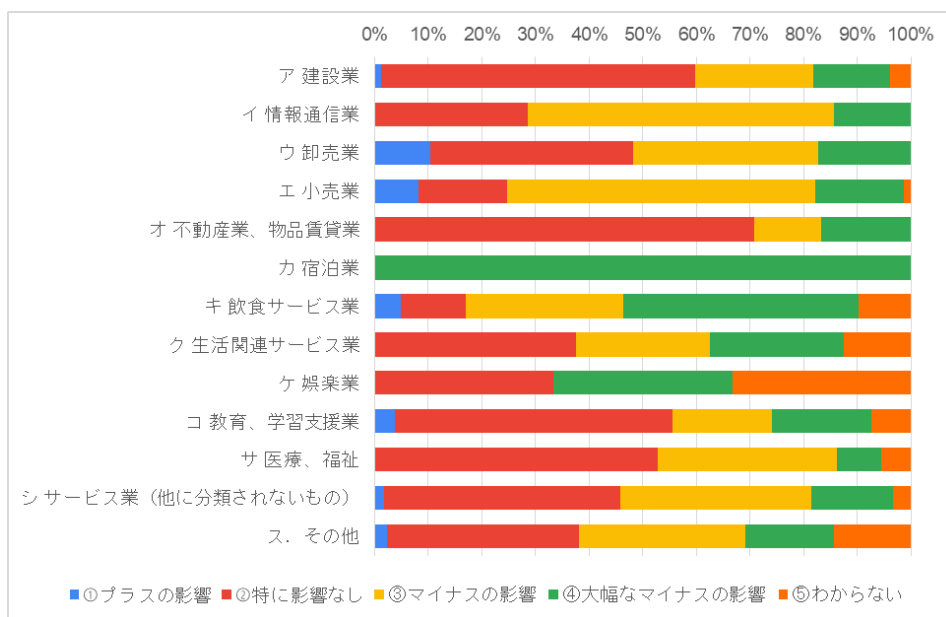
生産・販売・サービス活動への影響は、コロナによる事業所活動への影響を聞いたものである。「特に影響なし」が36.1%と最も大きく、「プラスの影響」が2.6%に対し「マイナスの影響」(29.6%)と「大幅なマイナスの影響」(18.1%)を合わせたマイナスの影響(47.7%)が半数近くとなっている。

図表 29 生産・販売・サービス活動への影響 (n=493)



業種別にみると、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業で「大幅なマイナスの影響」が大きいものとなっている。また、情報通信業、小売業は「マイナスの影響」が大きい。

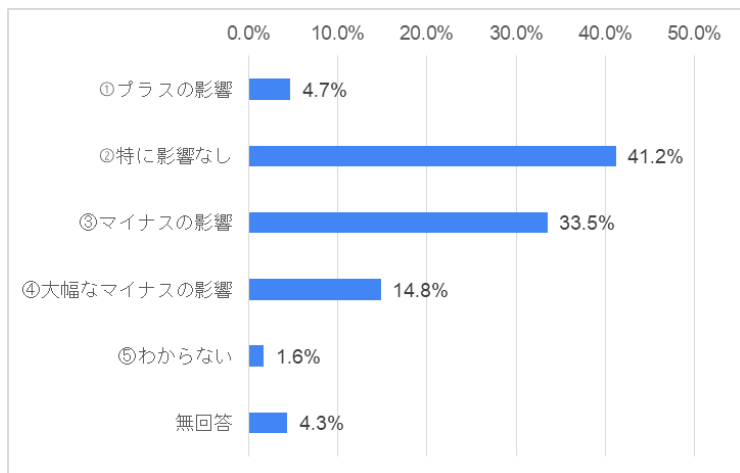
業種別生産・販売・サービス活動への影響 (n=493)



問 4-5 業務量・業務効率

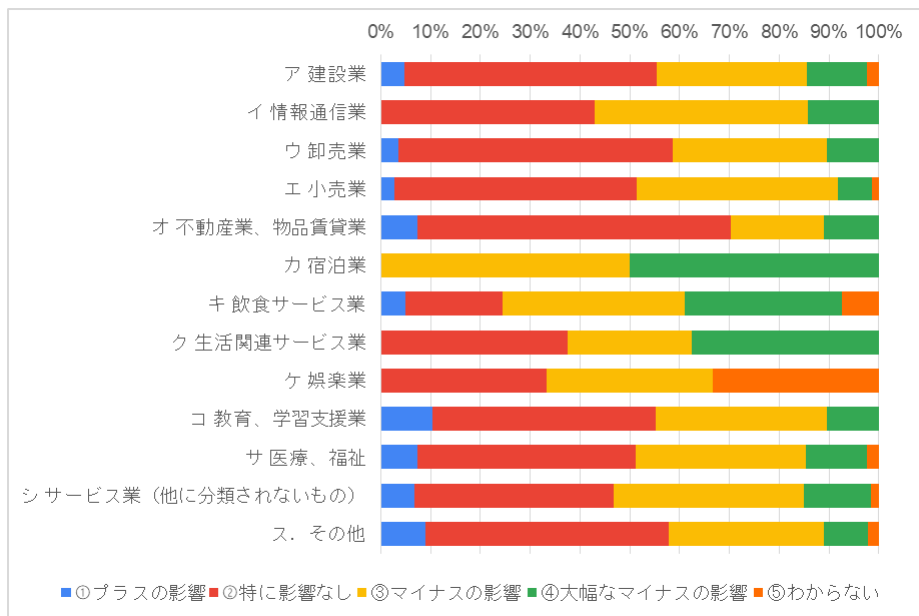
業務量・業務効率への影響は仕事量や生産性への影響を聞くものである。「特に影響なし」が41.2%と最も大きく、「マイナスの影響」(33.5%)と「大幅なマイナスの影響」(14.8%)を合わせたマイナスの影響(48.3%)が半数近くを占めている。

図表 30 業務量・業務効率への影響 (n=493)



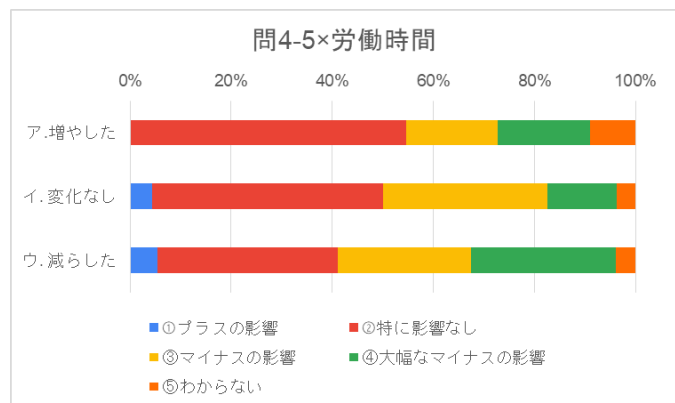
これを業種別にみると、「大幅なマイナスの影響」が大きいのは、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業である。

図表 31 業種別業務量・業務効率への影響 (n=493)



業務量・業務効率と関連のありそうな労働時間とクロスしたのが図表 32 である。労働時間を“減らした”事業所は“増やした”事業所に比べて、業務量・業務効率がマイナスの割合が高い傾向がある。また、労働時間を減らした事業所でも業務量・業務効率は「プラスの影響」と回答した事業所もあることから、これらの事業所では労働生産性が高くなった可能性もある。

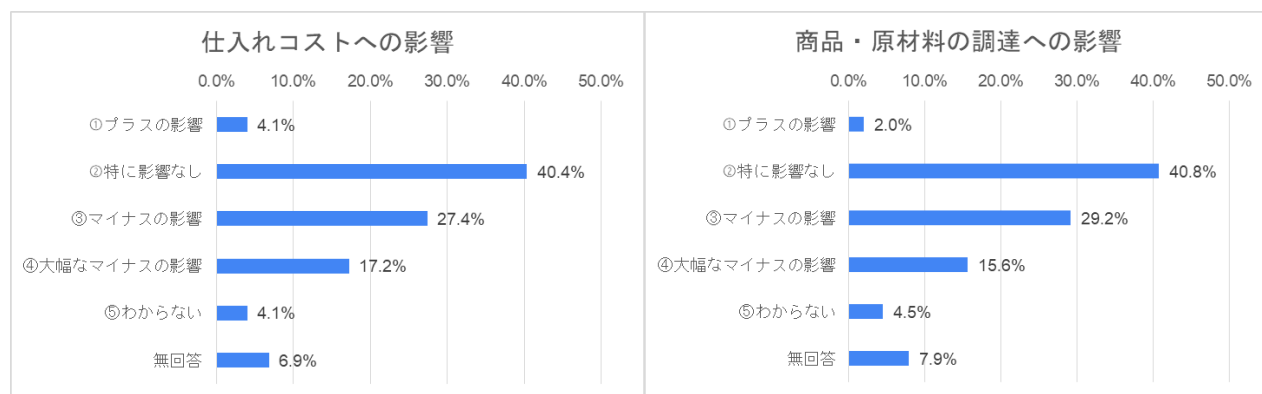
図表 32 労働時間の変化（問 3.3）とのクロス（n=493）



問 4-6.仕入れコストと 7.商品・原材料の調達への影響

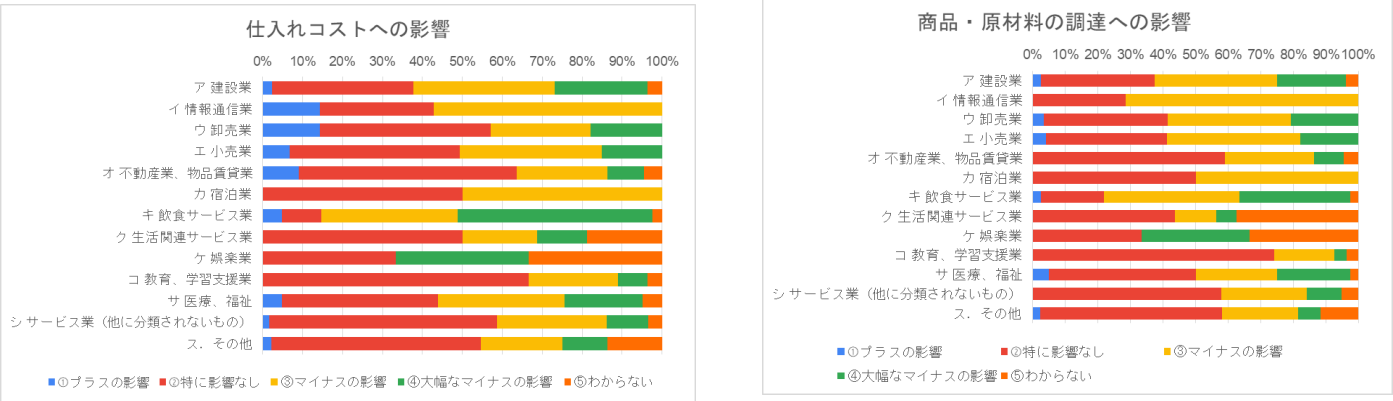
これは“仕入れコスト”と“商品・原材料の調達（仕入れルート）”へのコロナの影響を聞いたものである。どちらも「特に影響なし」が最も大きく、また「マイナスの影響」と「大幅なマイナスの影響」を合わせたのが約 4 割とほぼ同様な傾向となっている。

図表 33 仕入れコスト・商品・原材料の調達への影響（n=493）



業種別にみると、仕入れコストでは、大幅なマイナスの影響が大きいのは飲食サービス業、娯楽業である。また、マイナスの影響が大きいのは、建設業、情報通信業、飲食サービス業である。建設業が初めてマイナスの影響が大きいと回答しているが、コロナによって資材供給チャネルが滞りコスト高に繋がったものと推察される。商品・原材料の調達では大幅なマイナスの影響が大きいのは飲食サービス業、娯楽業である。飲食サービス業では食材の調達などでコロナの影響を強く受けているのであろう。

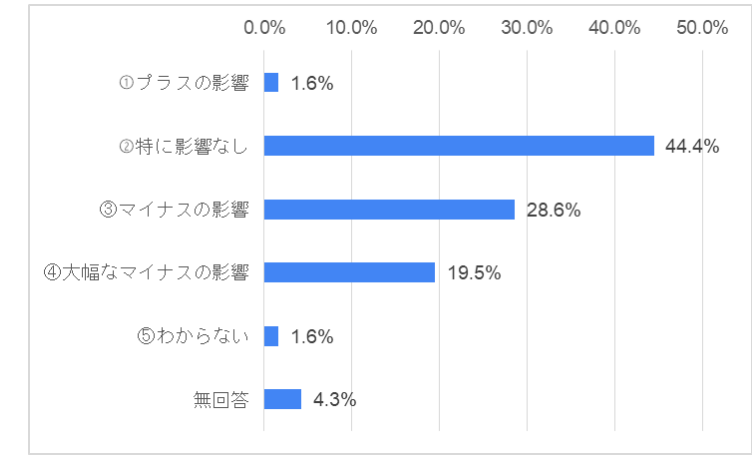
図表 34 業種別仕入れコストと商品・原材料の調達への影響 (n=493)



問 4-8.資金繰りへの影響

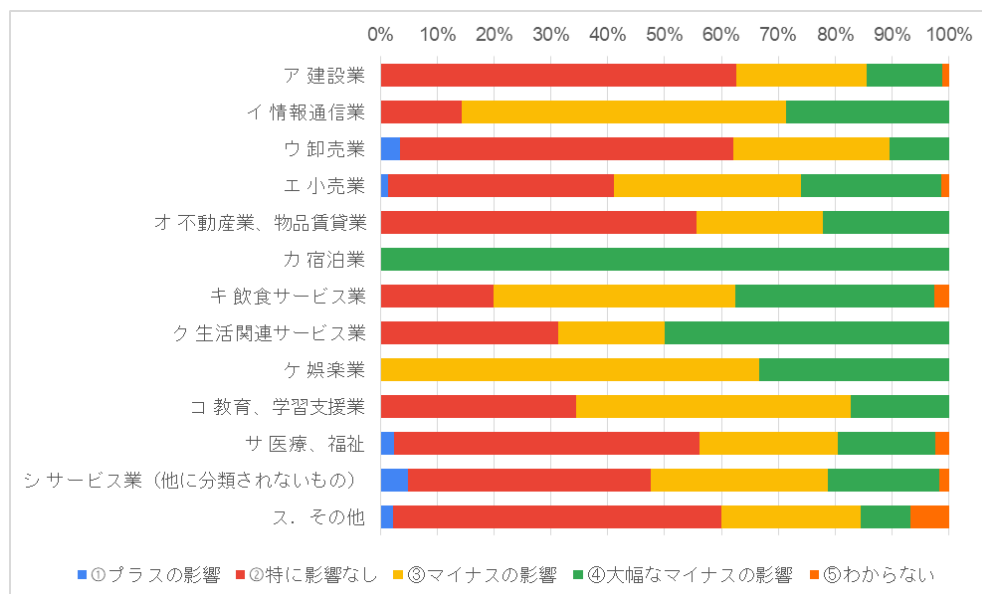
資金繰りへの影響は、“顧客（利用客）・需要” への影響、“客単価” への影響に次いでマイナスの影響が大きい項目となっている。コロナの影響により資金繰りが悪化している割合は、「マイナスの影響」と「大幅なマイナスの影響」を合わせた 48.1%と半数に近いが想定していたよりは低い結果となった。

図表 35 資金繰りへの影響 (n=493)



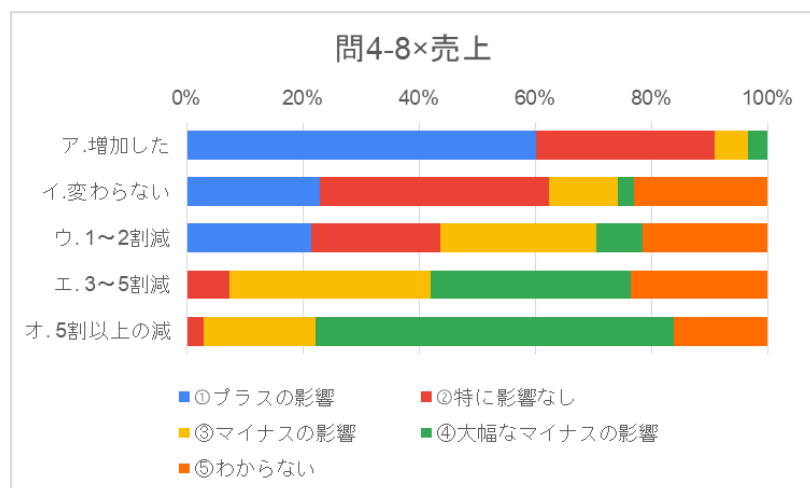
業種別にみると、大幅なマイナスの影響が大きいのは、宿泊業、娯楽業、飲食サービス業である。マイナスの影響が大きいのは、これらの業種に加え、情報通信業、小売業、教育・学習支援業となっている。

図表 36 業種別資金繰りへの影響 (n=493)



さらに、売上高とクロスした。売り上げが増加した事業所は資金繰りへプラスの影響が大きく、売り上げが減少するほど資金繰りでマイナスの影響が強くなっていることが分かる。このことから資金繰りが悪化しているのは売り上げの減少が大きく影響していることが分かる。

図表 37 売り上げ（問1）とのクロス (n=493)



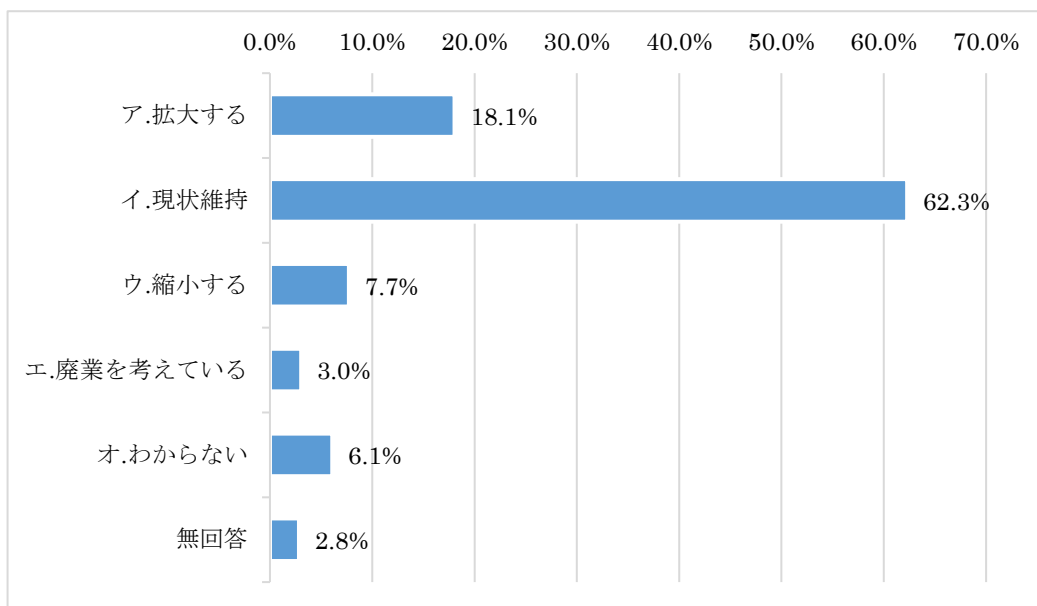
問 5 事業展開の展望についてどう考えていますか。

(1) 事業者全体の傾向

アフターコロナを見据えて、事業者の今後の展望について尋ねた結果は図表 38 の通りとなる。

最も大きい割合を占めているのが、「現状維持」の 62.3%、続いて、「拡大する」と回答した事業者が 18.1% となっており、コロナ禍以降も現状維持を見据えている事業者が過半以上おり、2 割弱の事業者は事業拡大を念頭に置いているという結果となった。一方、「縮小する」、「廃業を考えている」との回答も各々 3.0%、7.7% となっており、事業縮小や廃業を検討している事業者も合わせて 1 割以上確認できる。

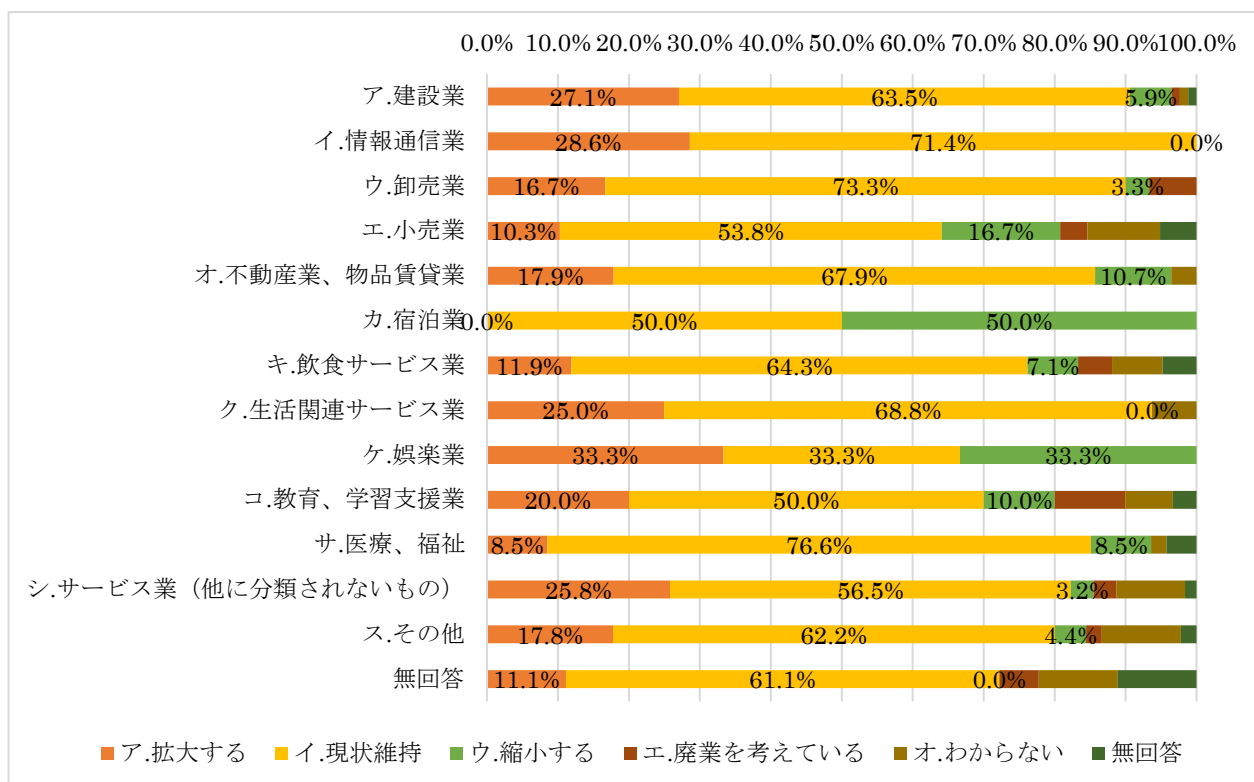
図表 38 事業展開の展望 (n=493)



(2) 業種別の事業展望

事業展望については業種によって異なる結果が出ている。図表 39 で示されるように、事業拡大を展望している事業者の割合が最も高いのが、情報通信業の 28.6%、続いて、建設業の 27.1%と、3 割弱の回答が得られている。両業種とも事業拡大の好機ととらえている事業者の存在が読み取れる。一方、「縮小する」との回答については、小売業の 16.7%が最も高く、回答事業者数は少ないものの宿泊業や娯楽業も厳しい状況が窺える。また、「廃業を考えている」との回答では、卸売業や飲食業がそれぞれ 6.7%、4.8%と他業種と比較し高く、厳しい展望を描いている。

図表 39 業種×事業展開の展望（n＝493）

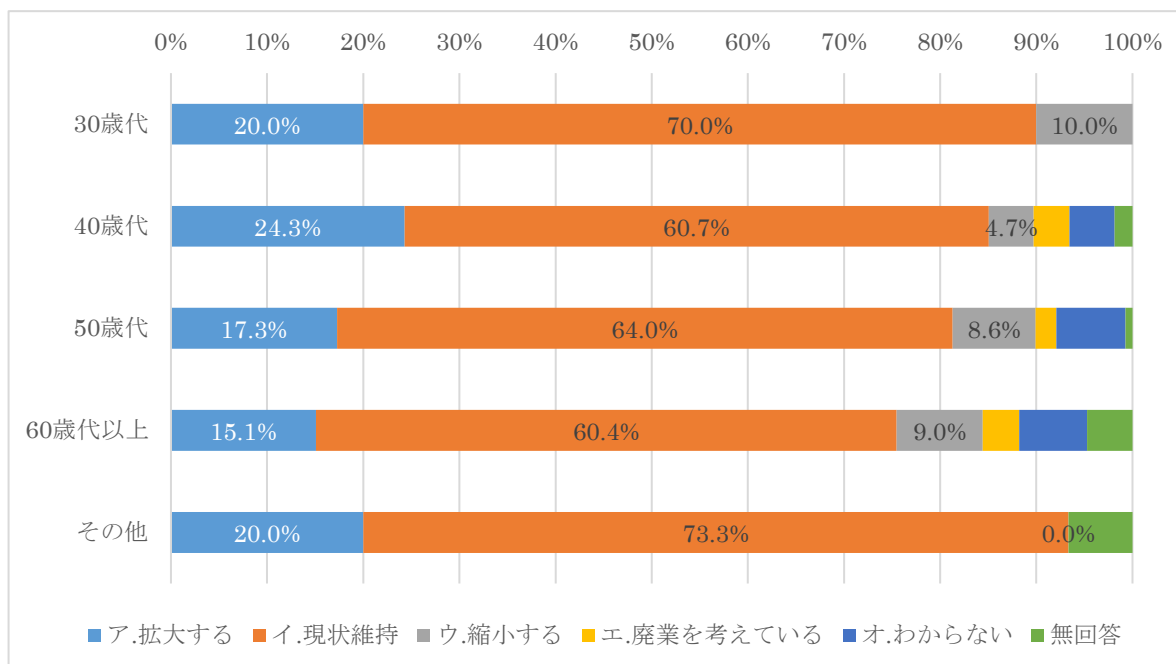


注：「建設業」（n＝85）、「情報通信業」（n＝7）、「卸売業」（n＝30）、「小売業」（n＝78）、「不動産業・物品賃貸業」（n＝28）、「宿泊業」（n＝2）、「飲食サービス業」（n＝42）、「生活関連サービス業」（n＝16）、「娯楽業」（n＝3）、「教育、学習支援業」（n＝30）、「医療、福祉」（n＝47）、「サービス業（他に分類されないもの）」（n＝62）、「その他」（n＝45）、「無回答」（n＝18）、「総計」（n＝493）

（3）経営者の年齢別の事業展望

経営者の年齢別でのクロス集計結果（図表 40）では、経営者の高齢化による事業承継の問題も垣間見える。「縮小する」ないし「廃業を考えている」と回答した経営者は 60 歳以上でそれぞれ 9.0%、3.8%と合わせて、1 割程度の回答となっている。50 歳代以下の年齢層に比較し、事業継承面で、潜在的に不安を抱えていることも読み取ることができる。

図表 40 経営者年齢別×事業展開の展望（n＝493）



注：「30 歳代」（n＝20）、「40 歳代」（n＝107）、「50 歳代」（n＝139）、「60 歳代以上」（n＝212）、「その他」（n＝15）

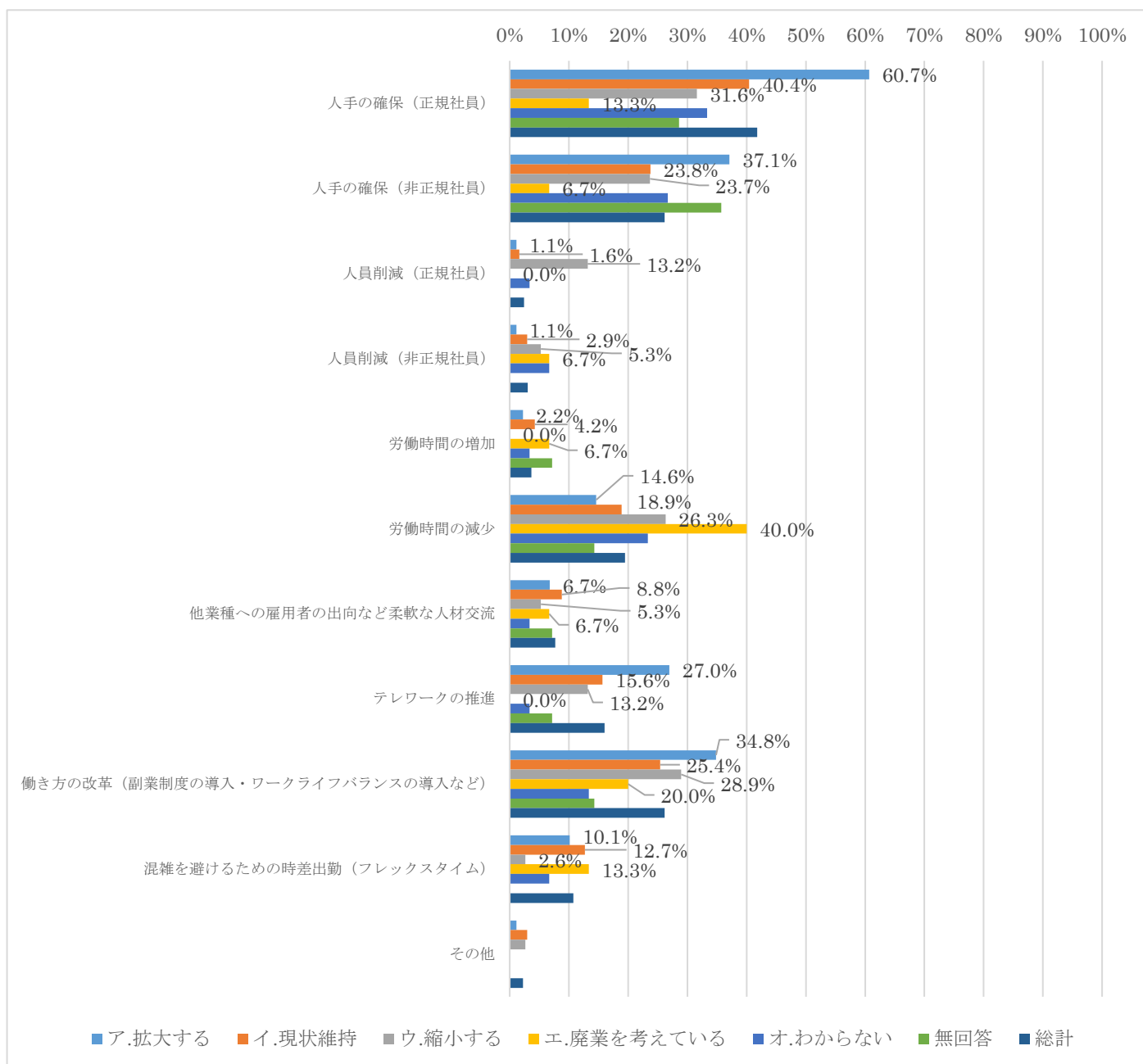
（４）事業展望と働き方の課題（n＝493）

事業展望とアフターコロナを見据えた働き方の課題についてクロス集計結果（図表 41）では、事業者全体で最も回答の多かった項目は「人手の確保（正規社員）」の 41.8%となっている。特に事業の拡大を展望する事業者では、60.7%と全体に比して、20 ポイント近く高めの回答となっている。現状維持との回答する事業者においても 40.4%と正社員の確保が課題となっていることが読み取れる。同様の傾向は「人手の確保（非正規社員）」からも確認できる。

一方、事業の縮小を展望する事業者においては、「人員削減（正規社員）」が 13.2%と「労働時間の減少」が 26.3%と、事業縮小に向けた人員と労働時間の短縮化が課題として認識されている。

コロナ禍に加速した「テレワークの推進」、「働き方の改革」については、事業者全体でそれぞれ、16.0%、26.2%と課題として捉えている事業者が多く、特に、「拡大する」と回答した事業者においては、「テレワークの推進」が 27.0%、「働き方の改革」では 34.8%と全体に比較して多くの回答を集めている。

図表 381 アフターコロナを見据えての働き方の課題×事業展開の展望（n＝493）



注：「拡大する」（n＝89）、「現状維持」（n＝309）、「縮小する」（n＝38）、「廃業を考えている」（n＝15）、「わからない」（n＝30）、「無回答」（n＝14）、「総計」（n＝493）

（５）事業展望とアフターコロナの中長期的課題

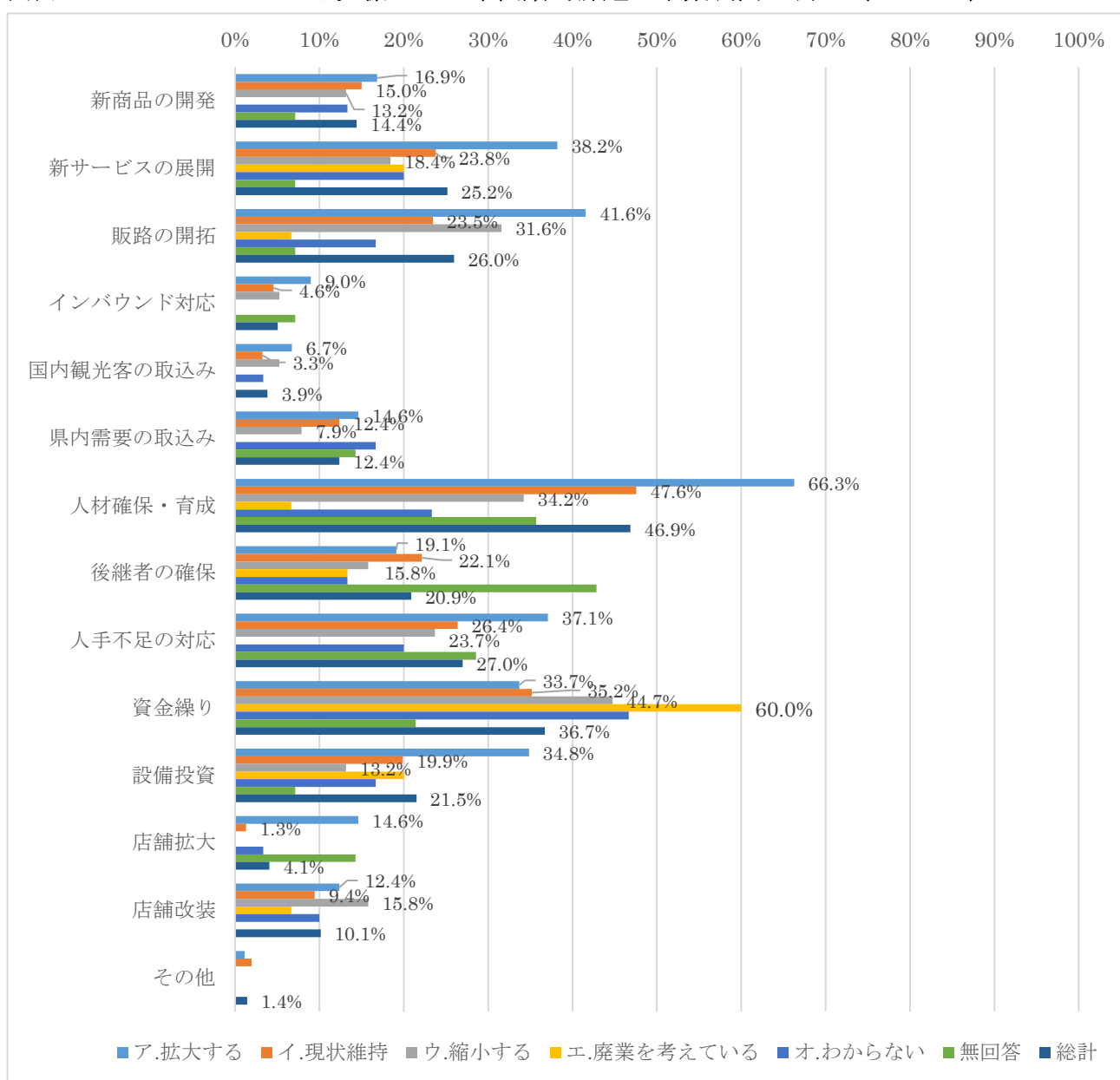
事業展望とアフターコロナを見据えた中長期的課題（問 9）についてクロス集計の結果では（図表 42）、働き方の課題と同様、人材確保や育成について、全体的に関心が高い結果が得られている（46.9%）。「現状維持」と回答した事業者では「人材確保・育成」について 47.6%、「拡大する」と回答した事業者では 66.3%と各項目の中で突出している点を確認できる。

また「現状維持」と回答した事業者の中で「後継者の確保」も課題として浮かびあがっている（22.1%）。

「新サービスの展開」や「販路開拓」については「現状維持」、「拡大する」と回答した事業者の中でも、比較的多くの回答が得られているが、特に、事業を「拡大する」と回答した事業者では「新サービスの展開」で 38.2%、「販路開拓」で 41.6%と強い意欲が確認できる。

「資金繰り」の面で課題を感じている事業者が全体で 36.7%もあり、特に「縮小する」、「廃業を考えている」事業者で突出しているが（各 44.7%、60.0%）、「現状維持」や「拡大する」と回答した事業者でも 3 割以上が課題として捉えており、全体として、人手確保を含め、資金面での課題も多くの事業者が抱えている。

図表 42 アフターコロナを見据えての中長期的課題×事業展開の展望（n=493）



注：「拡大する」（n=89）、「現状維持」（n=309）、「縮小する」（n=38）、「廃業を考えている」（n=15）、「わからない」（n=30）、「無回答」（n=14）、「総計」（n=493）

問 6 コロナ感染拡大をきっかけに、社会はどのように変わっていくと思いますか（複数回答）。

問 6 では事業者には今後の社会変化について、複数回答で尋ねた。結果の概要は以下の通りとなる（図表 43）。

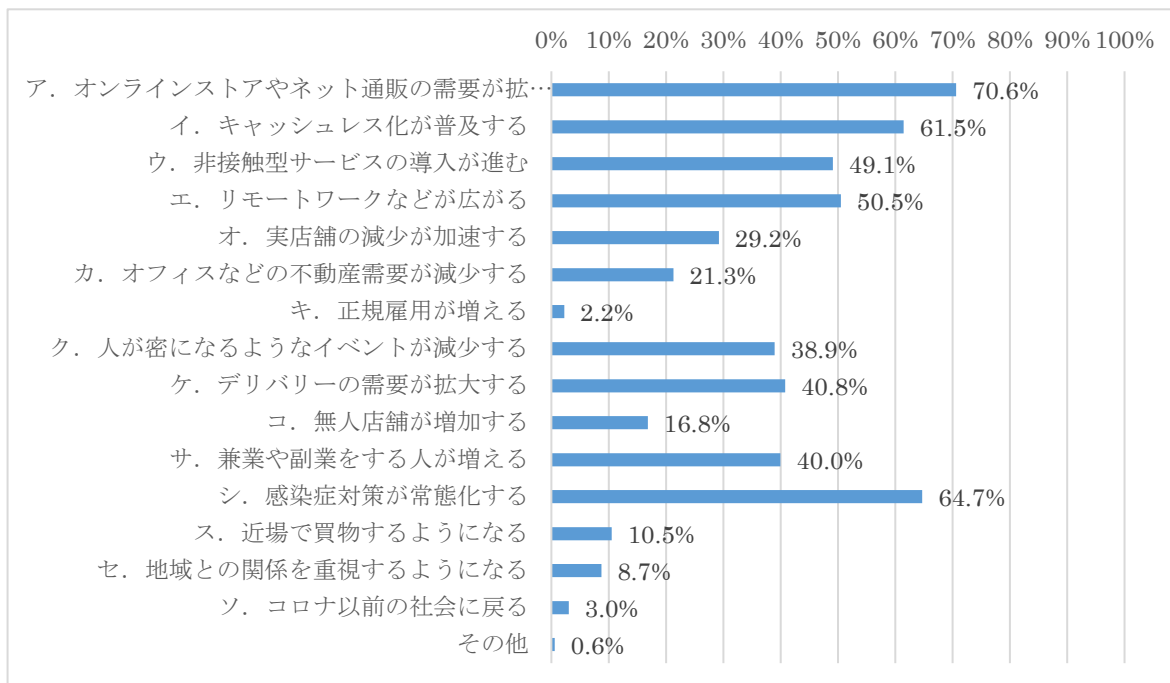
（1）事業者全体の傾向

コロナ禍以前の社会への回帰を予想している事業者は少数（3%）となっており、コロナ禍で拡大したネット通販等の需要拡大（70.6%）や各店舗、事業所等で対策が進んでいる感染症対策の常態化（64.7%）、キャッシュレス化（61.5%）、リモートワークの広がり（50.5%）などが過半を超え、アフターコロナ以降も引き続き、消費者行動、働き方の変化は継続すると捉えられている。

同様の傾向から、「実店舗の減少が加速する」（29.2%）との回答が 3 割弱あるものの、「無人店舗が増加する」（16.8%）との回答も一定程度確認できる。

その他、「近場で買物するようになる」、「地域との関係を重視するようになる」との項目については、それぞれ 10.5%、8.7%と、事業者全体の回答では、アフターコロナが必ずしも地域内での消費者行動や地域の繋がりを促すような変化につながるとの見通しは弱い。

図表 43 コロナ拡大をきっかけに社会はどう変わっていくか（n＝493）



（2）業種別の傾向

業種別でどのような社会変化を予想しているのか、事業展開の展望で「拡大する」の比率が高い①建設業、②情報通信産業とともに、③卸売業と④小売業、⑤飲食サービス、⑥生活関連サービス業を取り上げ、回答の傾向を読み取ることとする（図表 44）。

①建設業（n＝85）

建設業関連の事業者回答では、「感染症対策が常態化する」との回答が 70.6%、次いで「オンラインストアやネット通販の需要が拡大する」、「キャッシュレス化が普及する」がともに、61.2%と、6 割を超える回答が得られた。また、建設需要に関わる「オフィスなどの不動産需要が減少する」は 14.1%と楽観的な見通しを持っていることが読み取れる。

②情報通信業（n＝7）

情報通信業では「リモートワークなどが広がる」、「感染症対策が常態化する」という回答項目がともに85.7%と高い一方で「オンラインストアやネット通販の需要が拡大する」の回答比率は28.6%と最も低く、消費者需要よりも労働環境・事業環境の変化を予測している傾向が高い。また、他の業種と比較し、「非接触型サービスの導入が進む」（57.1%）、「実店舗の減少が加速する」（42.9%）、「オフィスなどの不動産需要が減少する」（57.1%）、「人が密になるようなイベントが減少する」（57.1%）等の回答比率が突出しており、社会全体のデジタル化、非接触型社会への変化を意識した回答となっている。

③卸売業（n＝30）

卸売業では、「オンラインストアやネット通販の需要が拡大する」、「キャッシュレス化が普及する」との回答がそれぞれ、80.0%、70.0%と最も高く、消費者行動の変化を予測するものとなっている。この点では、「近場で買い物するようになる」や「地域との関係を重視するようになる」との回答は5業種中、最も高い16.7%となっていることから、ネット通販とともに、近隣での買物動向への影響もあるとの見通しを立てている事業者が一定数いる。

④小売業（n＝78）

小売業では、他業種同様「感染症対策が常態化する」、「オンラインストアやネット通販の需要が拡大する」との回答がともに69.2%と最も高く、次いで、「キャッシュレス化が普及する」が59.0%となっている。他業種との比較では、「無人店舗が増加する」、「兼業や副業をする人が増える」との回答がそれぞれ、15.4%、39.7%と事業環境の変化や働き方の変化などを予測している。

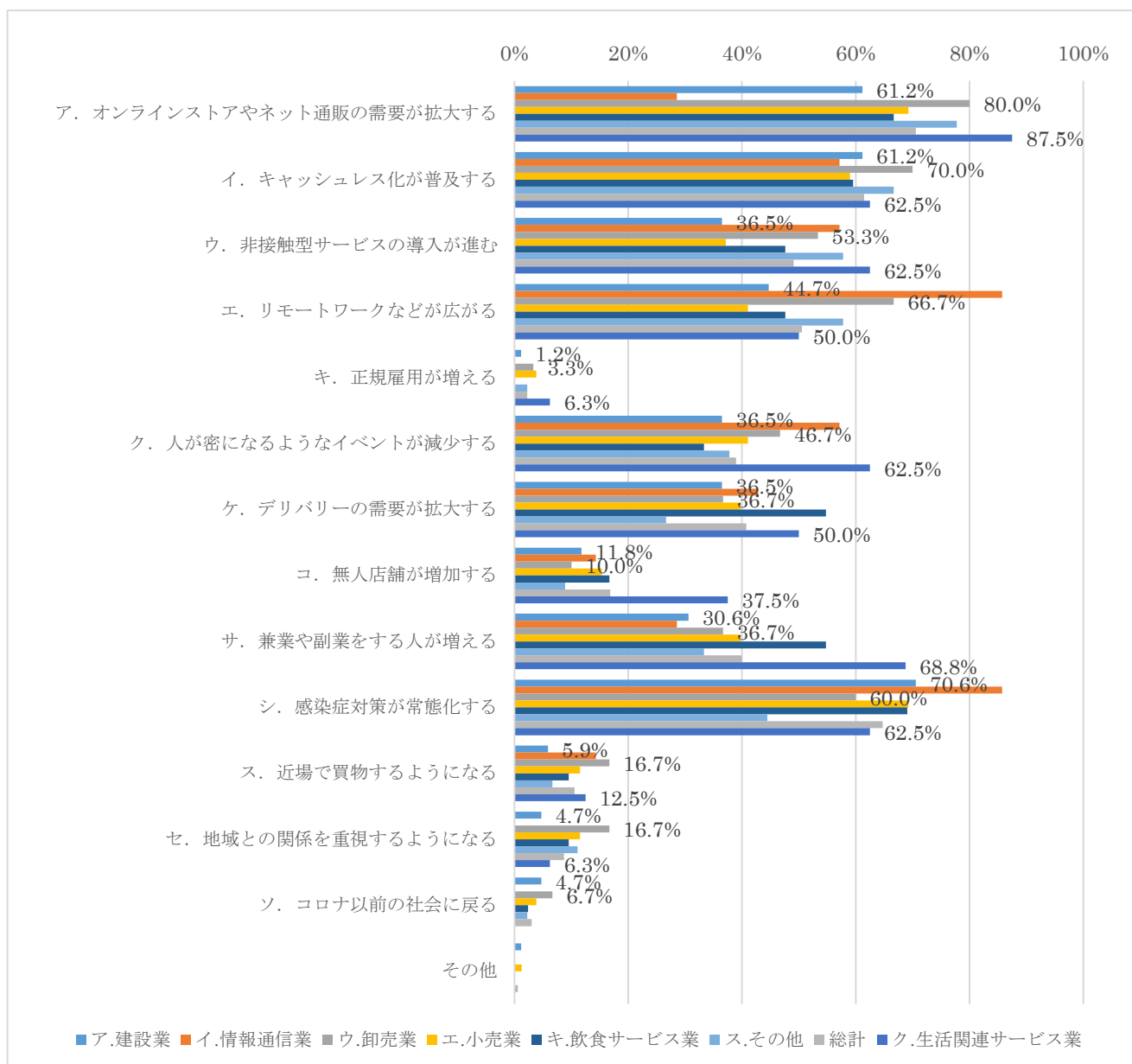
⑤飲食サービス業（n＝42）

飲食サービス業では、小売業と同様、「感染症対策が常態化する」（69.0%）、「オンラインストアやネット通販の需要が拡大する」（66.7%）との回答比率が高いが、より特徴的なのが、「デリバリーの需要が拡大する」（54.8%）ことや「兼業や副業をする人が増える」（54.8%）との回答が5割を超えており、コロナ禍で拡大した、テイクアウトサービスやデリバリー等の中食需要は今後も引き続き拡大するとの予測を立てている。

⑥生活関連サービス業（n＝16）

生活関連サービス業では、「オンラインストアやネット通販の需要が拡大する」の回答が87.5%、ついで、「兼業や副業をする人が増える」が68.8%、「人が密になるようなイベントが減少する」が62.5%となっている。特徴として、消費者の行動様式とともに、働き方の変化を相対的に強く意識が向けられていることが確認できる。

図表 44 アフターコロナ以降の社会の変化（n=493）



注：建設業（n=85）情報通信業（n=7）、卸売業（n=30）、小売業（n=78）、飲食（n=42）、生活関連サービス業（n=16）

問7 アフターコロナを見据えて、どのような取り組みを考えていますか（複数回答）。

アフターコロナ事業環境の変化を見越して、どのような対策、取り組みを意識しているのかについて、問7において複数回答で尋ねた。結果の概要は以下の通りとなる（図表45）。

（1）事業者全体の傾向

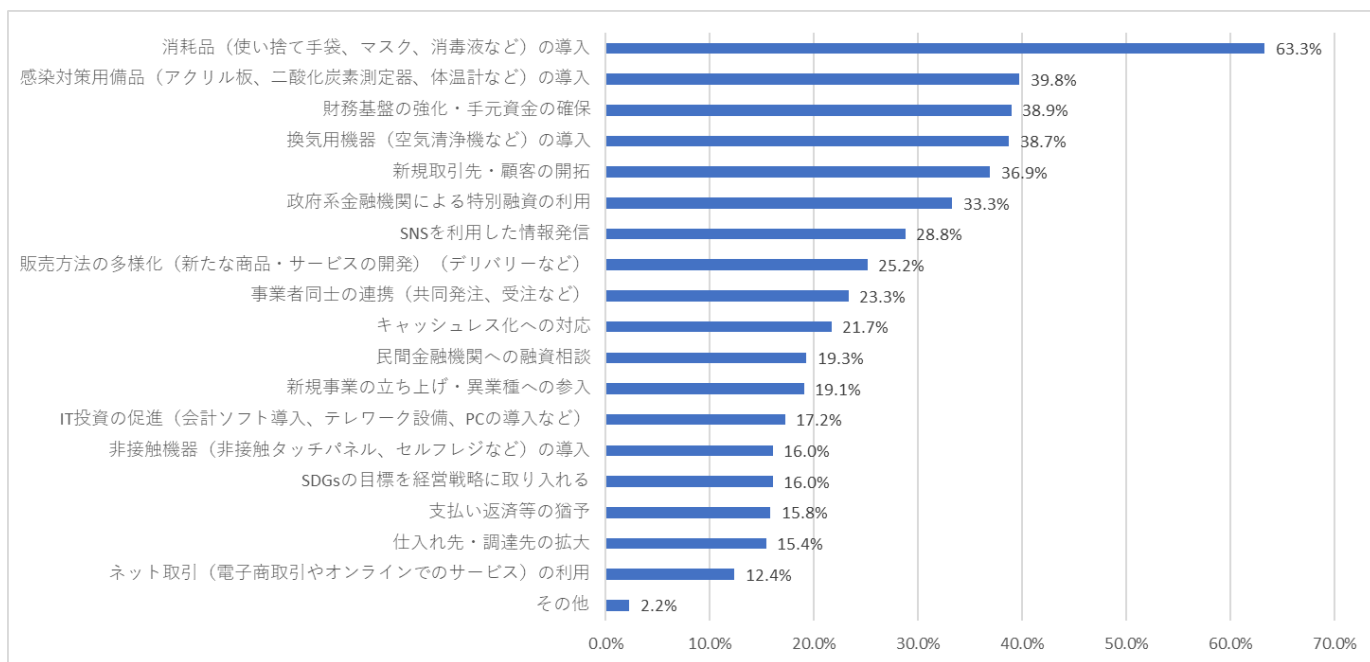
事業者全体の傾向として、問6での「感染症対策の常態化」の回答が多い傾向を踏まえ、上位の回答項目では、「消耗品（使い捨て手袋、マスク、消毒液など）の導入」の回答が63.3%と突出し、「感染対策用備品（アクリル板、二酸化炭素測定器、体温計など）の導入」が39.8%、「換気用機器（空気清浄機など）の導入」が38.7%となっている。

また、事業運営に関わる点では、「財務基盤の強化・手元資金の確保」が38.9%、「政府系金融機関による特別融資の利用」が33.3%など、運転資金の確保等の課題も上位項目にあがっている。

この他、販路等の拡大に関連して、「新規取引先・顧客の開拓」が36.9%、「SNSを利用した情報発信」や「販売方法の多様化（新たな商品・サービスの開発）（デリバリーなど）」がそれぞれ、28.8%と25.2%と消費者への事業の周知と新規サービスの開発等の取り組みを検討している事業者もいる。

一方、「ネット取引（電子商取引やオンラインでのサービス）の利用」は全体の回答では12.4%と低位となっており、既に取り組んでいるか、業態によりネット取引等の利用は難しい事業者も多いものと推察される結果となっている。

図表 45 アフターコロナを見据えて、どのような取り組みを考えているか（n=493）



（2）業種別の傾向

ここでは、業種別でどのような取り組みを検討しているのか、問5の事業展開の展望で「拡大する」が多い、①建設業、②情報通信産業とともに、③卸売業と④小売業、⑤飲食サービス⑥生活関連サービスに係る事業者を取り上げ、回答の傾向を確認する（図表46）。

①建設業（n=85）

建設業では、感染症対策への取り組みを前提として、資金繰りを課題としてあげる傾向が比較的高い。「政府系金融機関による特別融資の利用」が38.8%、また「民間金融機関への融資相談」が28.2%となっており、全体の回答の傾向（各33.3%、19.3%）に比して、5～8ポイント高くなっている。また、「新規取引

先・顧客の開拓」(47.1%)のほか、「事業者同士の連携(共同発注、受注など)」が44.7%と事業者全体の回答傾向(23.3%)に比較して、20ポイント以上高く、建設需要に対し、共同企業体等の共同受注や技術者の確保など今後の事業環境変化に対応した取り組みを課題として挙げていることが読み取れる。

②情報通信業

情報通信業では、感染症対策に加え、今後の情報関連サービスの拡大を見据えた、資金繰りや財務基盤の強化、新たな取引先の開拓、ネット取引等の拡大に応じた取り組みを意識した回答が確認できる。資金確保の面では「財務基盤の強化・手元資金の確保」(57.1%)や、「政府系金融機関による特別融資の利用」(42.9%)、「民間金融機関への融資相談」(42.9%)が上位項目にあがっている。

また事業展開に向けて、「新規取引先・顧客の開拓」が85.7%と高い回答となっていることから、強い課題意識をもっていることが確認できる。また、「事業者同士の連携(共同発注、受注)」についても57.1%と事業者全体の回答に比較して23.3%と2倍以上、課題意識が強い傾向にある。

③卸売業

卸売業では、感染症対策に加え、特徴的な項目として、「新規取引先・顧客の開拓」が50.0%と最も高く、また「新規事業の立ち上げ・異業種への参入」が30.0%と新たなビジネス展開を模索している傾向を読み取ることが出来る。さらに「SDGsの目標を経営戦略に取り入れる」が33.3%と他業種に比較しても2倍程度の割合となっている。厳しい事業環境の中で、将来を見据えた事業を模索している姿が確認できる。

④小売業

小売業においては、感染症対策の必要に加え、資金繰り関係で「支払い返済等の猶予」が23.1%と事業者全体の15.8%に比較して、7.3ポイント高く、コロナ禍の事業悪化の影響を読み取ることができる。そのほか、「販売方法の多様化(新たな商品・サービスの開発)(デリバリーなど)」が37.2%と販路拡大のための取り組みの必要性を強く意識した回答傾向となっている。

⑤飲食サービス業

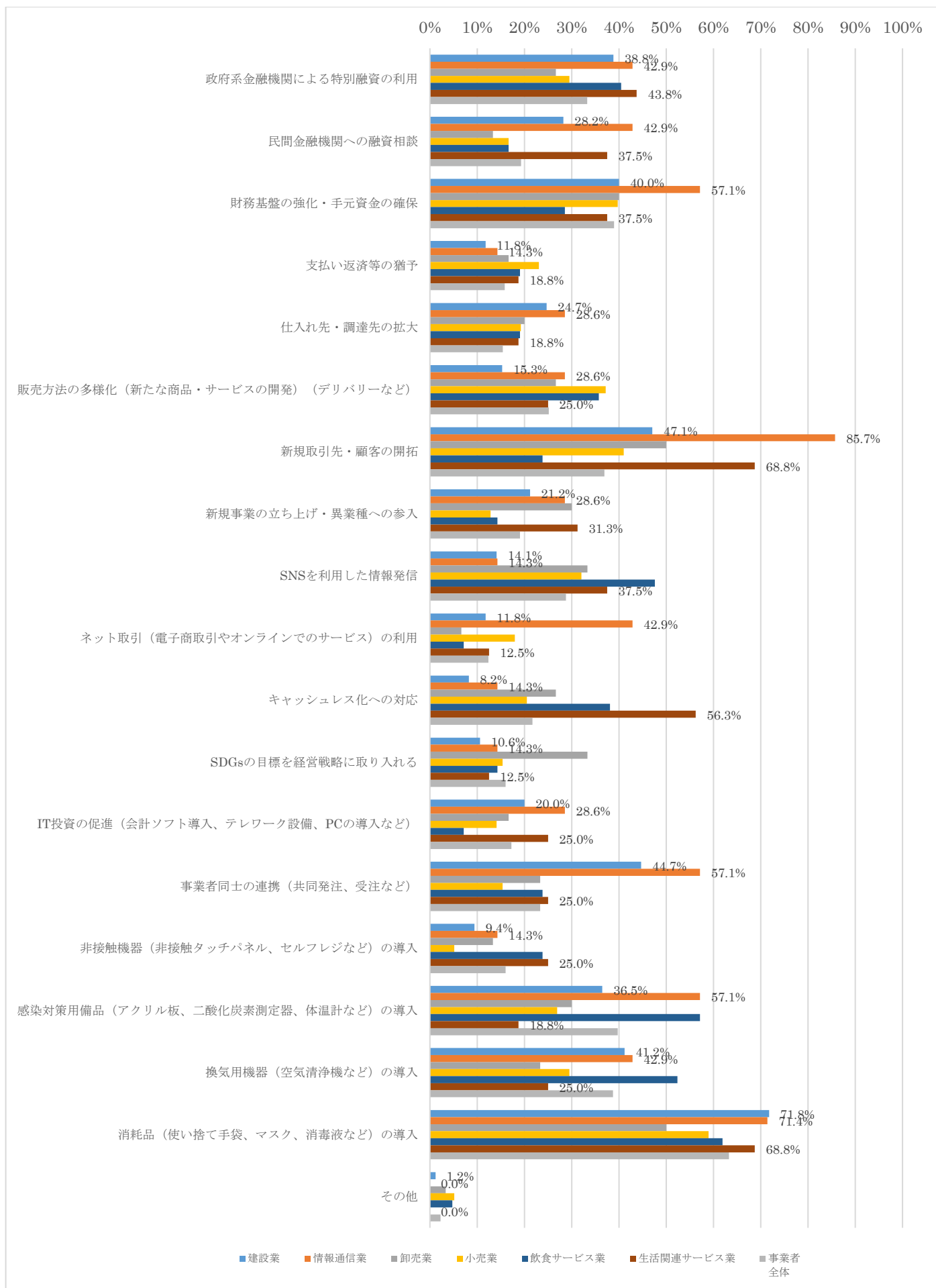
飲食サービス業では、感染症対策に関連し、消耗品及び感染対策用備品の対策に加え「換気用機器(空気清浄機など)の導入」が52.4%、「非接触機器(非接触タッチパネル、セルフレジなど)の導入」が23.8%と、店舗内での換気設備や非接触危機の導入など店内での感染抑制のための対策の必要性を強く意識した回答が多い。また、資金繰りでは「政府系金融機関の特別融資の利用」が40.5%と上位にあがっていることから、コロナの影響による事業者向けの支援の積極的活用を検討していることを読み取ることができる。

さらに、今後の事業展開に向けて、「SNSを利用した情報発信」が47.6%、「キャッシュレス化への対応」が38.1%と続き、消費者への認知度を高めるとともに決済手段の多様化に対応し、消費者の利便性を高めるための取り組みを課題として捉えていることがわかる。

⑥生活関連サービス

生活関連サービスでは、感染症対策とともに、傾向として「新規取引先・顧客の開拓」が68.8%、次いで「キャッシュレス化への対応」が56.3%との回答が高い割合を示しているとともに、「政府系金融機関による特別融資の利用」(43.8%)など資金繰りの面でも課題を感じていることがわかる。

図表 46 業種別×アフターコロナを見据えての取り組み

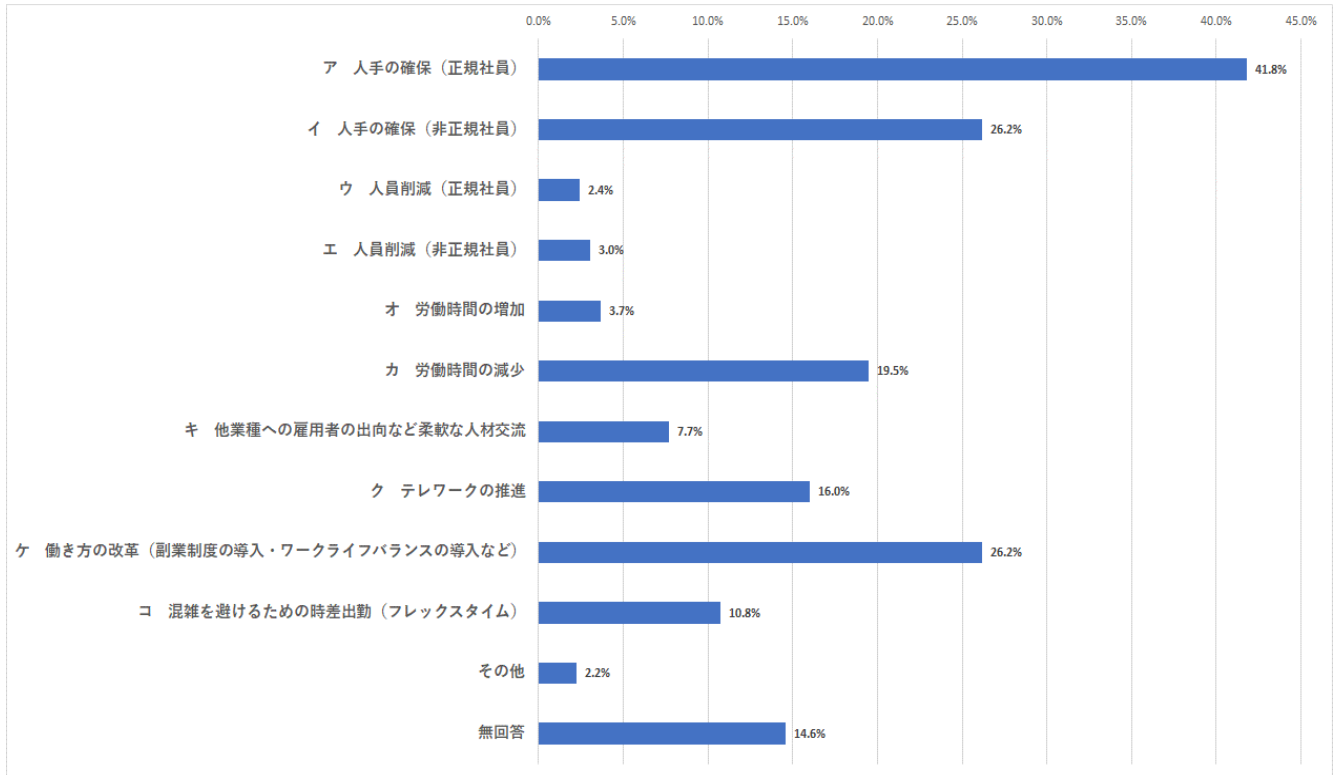


注：建設業（n=85）情報通信業（n=7）、卸売業（n=30）、小売業（n=78）、飲食サービス業（n=42）、生活関連サービス業（n=16）

問 8 アフターコロナを見据えた貴事業所が重視する働き方の課題はなんですか（複数回答）。

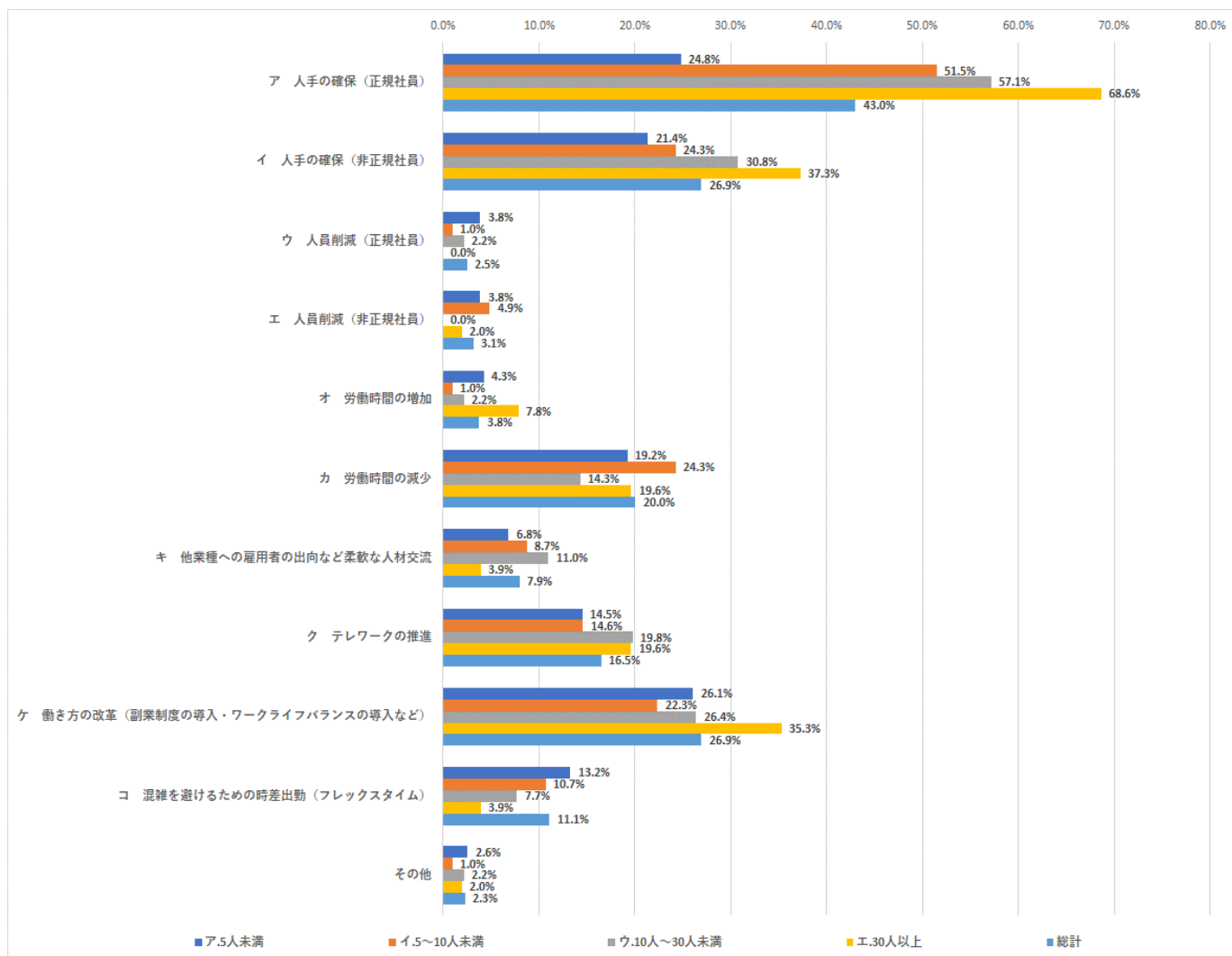
問 8 では、アフターコロナを見据えて重視する働き方の課題について聞いた。最も多かった「人手の確保（正社員）」は 41.8%であり、4 割強の事業所が正社員の確保を課題と捉えていることがうかがえる。次いで、「人手の確保（非正規社員）」と「働き方の改革（副業制度の導入・ワークライフバランスの導入など）」（いずれも 26.2%）、「労働時間の減少」19.5%と続いた。労働の質・量の両面で課題を抱えていると推察される。

図表 47 アフターコロナの働き方の課題 （n=493）



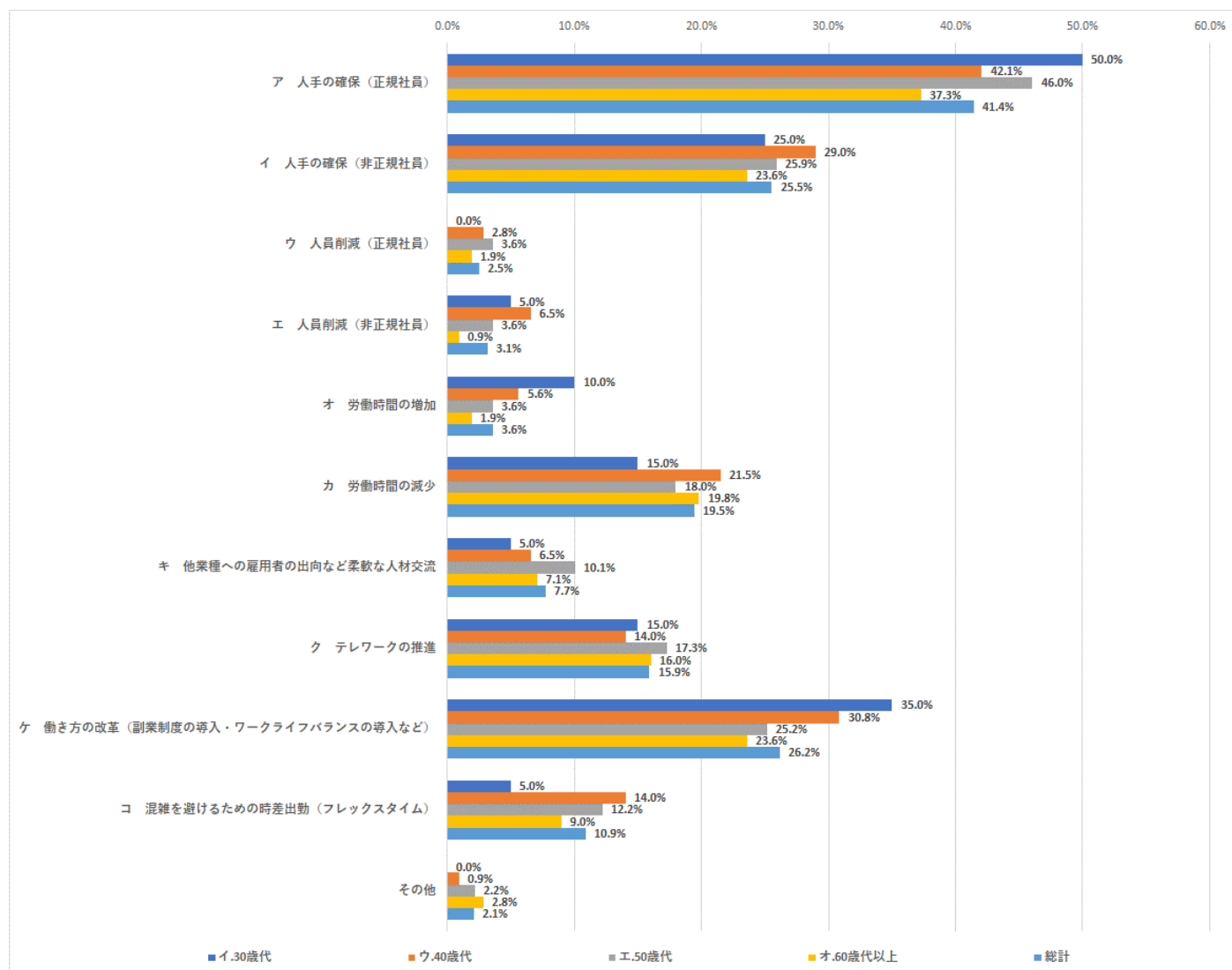
これを従業員別に見たのが図表 48 である。「人手の確保（正規社員）」「人手の確保（非正規社員）」「テレワークの推進」については、従業員数が多い事業所ほど重視する傾向を確認できる。一方、「混雑を避けるための時差出勤（フレックスタイム）」では、従業員数が少ない事業所ほど重視する傾向がある。

図表 48 従業員数別アフターコロナの働き方の課題（n=479）



さらに、経営者の年齢別の検討をみた図 49 からは、「労働時間の増加」と「働き方の改革（副業制度の導入・ワークライフバランスの導入など）」については、経営者の年齢が若いほど重視する傾向を確認できる。ただし、「テレワークの推進」を含め、他の項目では経営者の年齢による差は特にみられなかった。

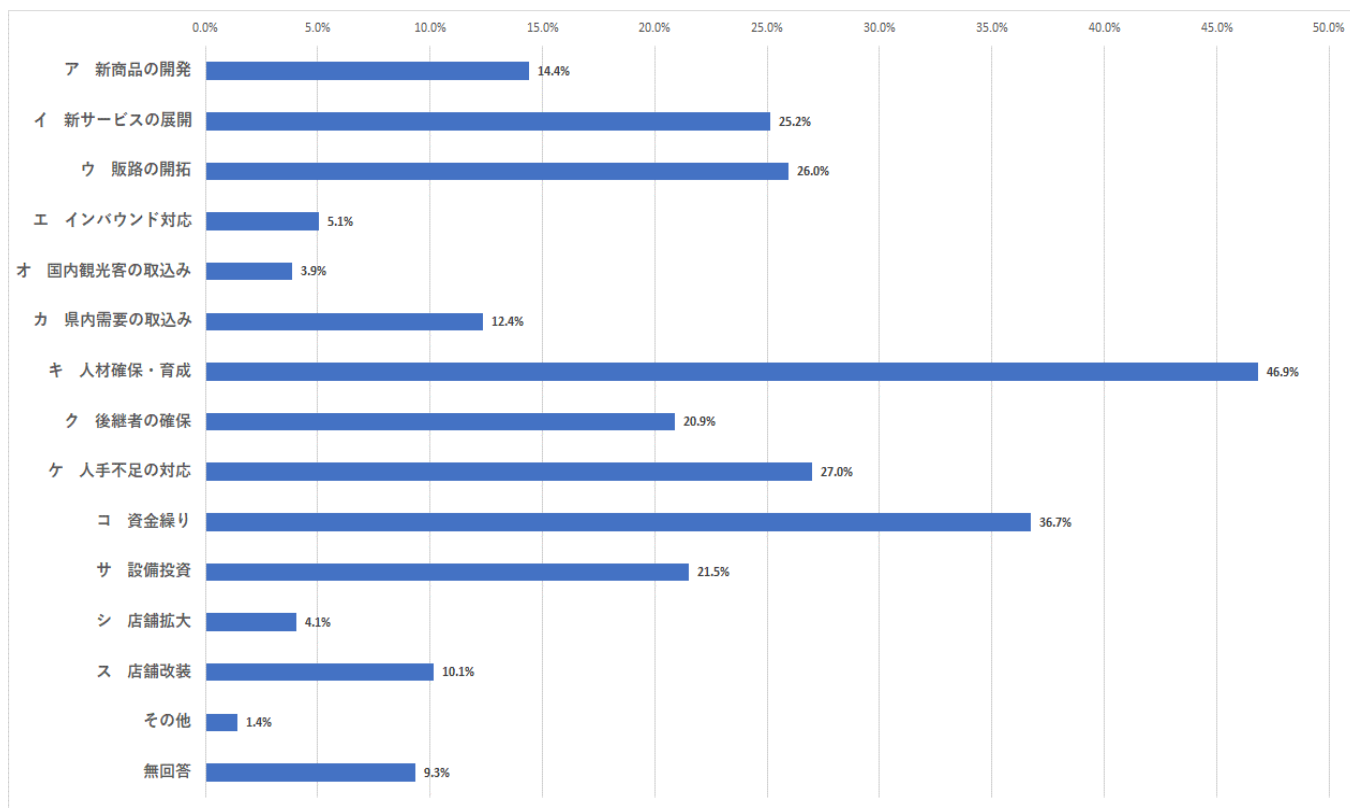
図表 49 経営者の年齢別アフターコロナの働き方の課題（n=478）



問 9 アフターコロナを見据え、中長期的にみた貴事業所が重視する課題はなんですか(複数回答)。

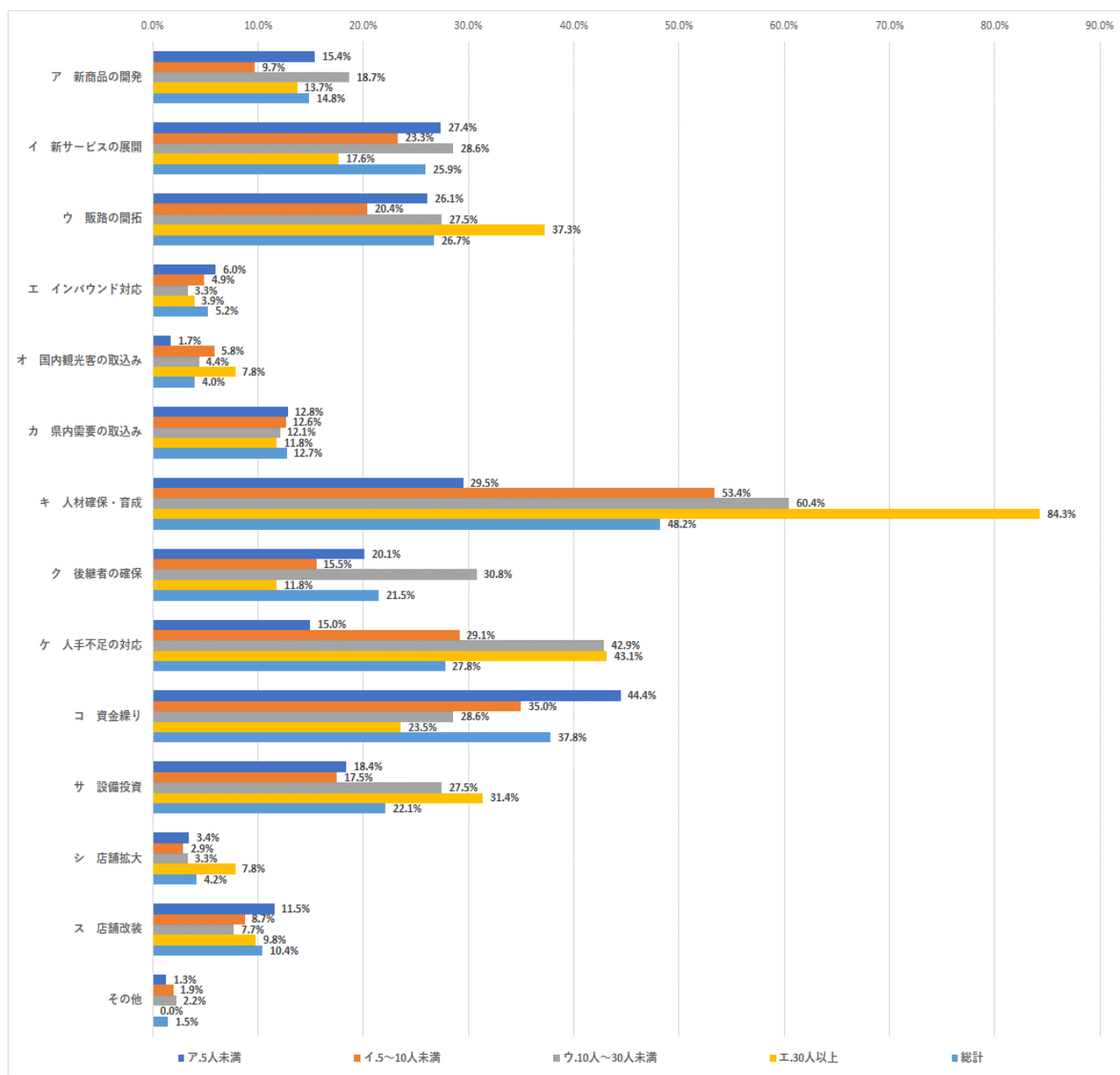
多かった回答は、「人材確保・育成」46.9%、「資金繰り」36.7%、「人手不足の対応」27.0%などであった。また、長引くコロナ禍を反映してか「インバウンド対応」(5.1%)や「国内観光客の取込み」(3.9%)の回答率が低く、それらに比べると「県内需要の取込み」(12.4%)が高かった。

図表 50 アフターコロナの中長期的な課題 (n=493)



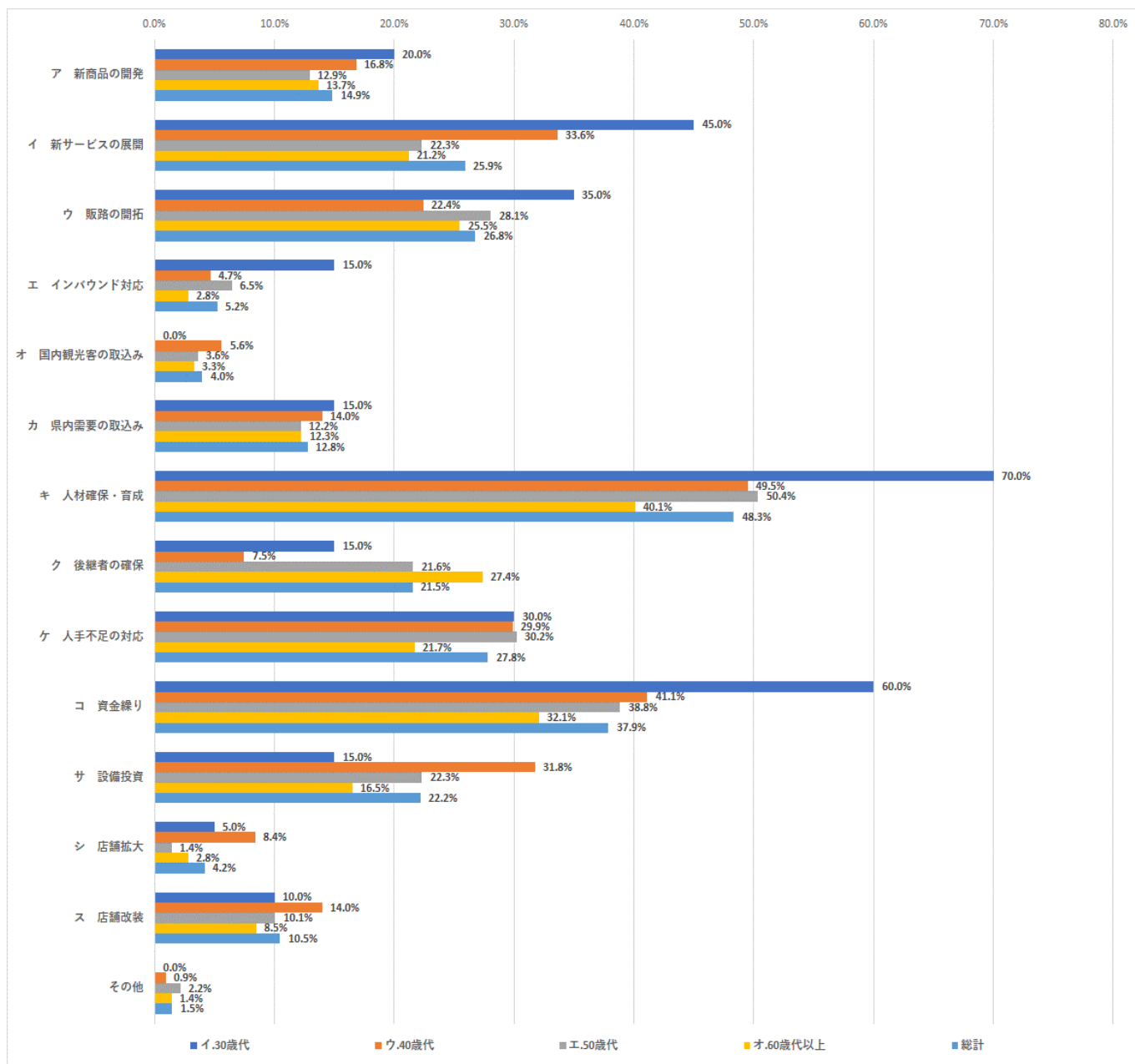
従業員数別にみた図表 51 からは、大規模な事業所ほど「人材確保・育成」を重視し、小規模な事業所ほど「資金繰り」を重視する傾向がわかる。

図表 51 従業員数別アフターコロナの中長期的な課題 (n=478)



経営者の年齢別にみると、「人材確保・育成」と「資金繰り」についての30歳代の回答率が、他の年齢層に比べて20ポイント近く高い。「新サービスの展開」や「インバウンド対応」でも他の年齢層に比べて10ポイント以上高い。

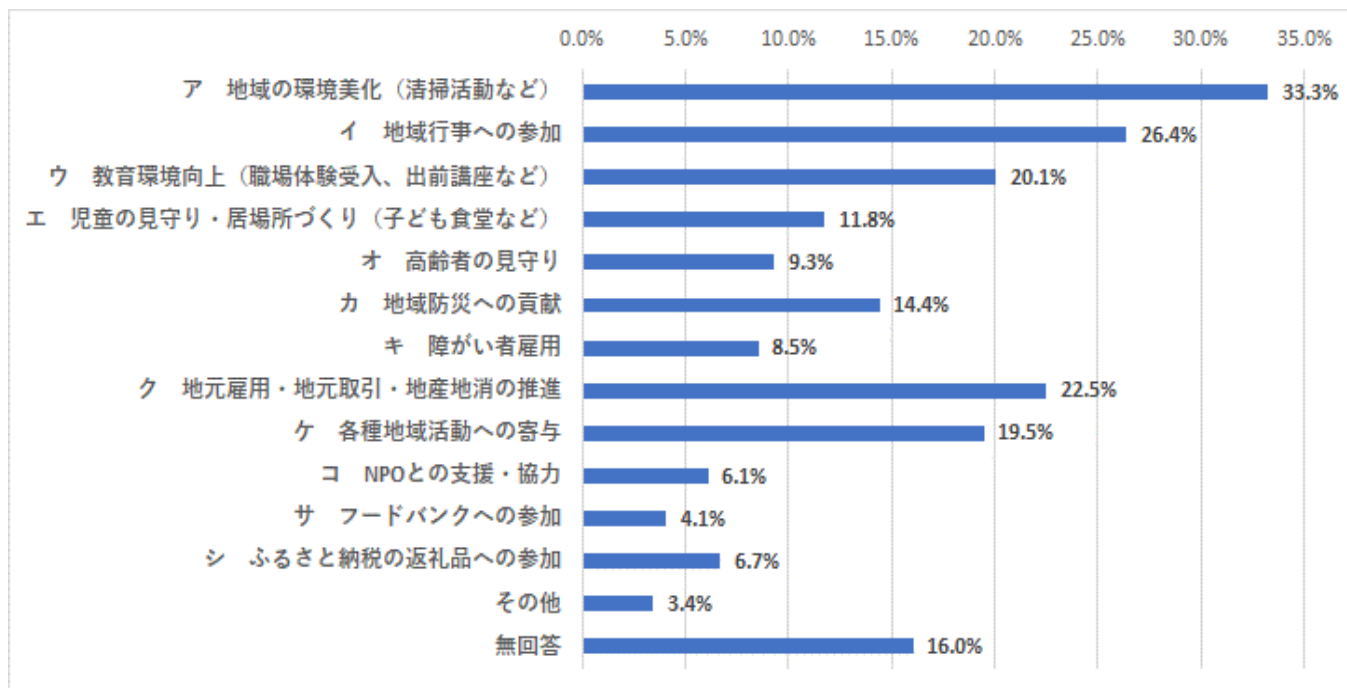
図表 52 経営者の年齢別アフターコロナの中長期的な課題 (n=478)



問 10 貴事業所が今後取組を検討している（または、既に取り組んでいる）地域貢献はなんですか（複数回答）。

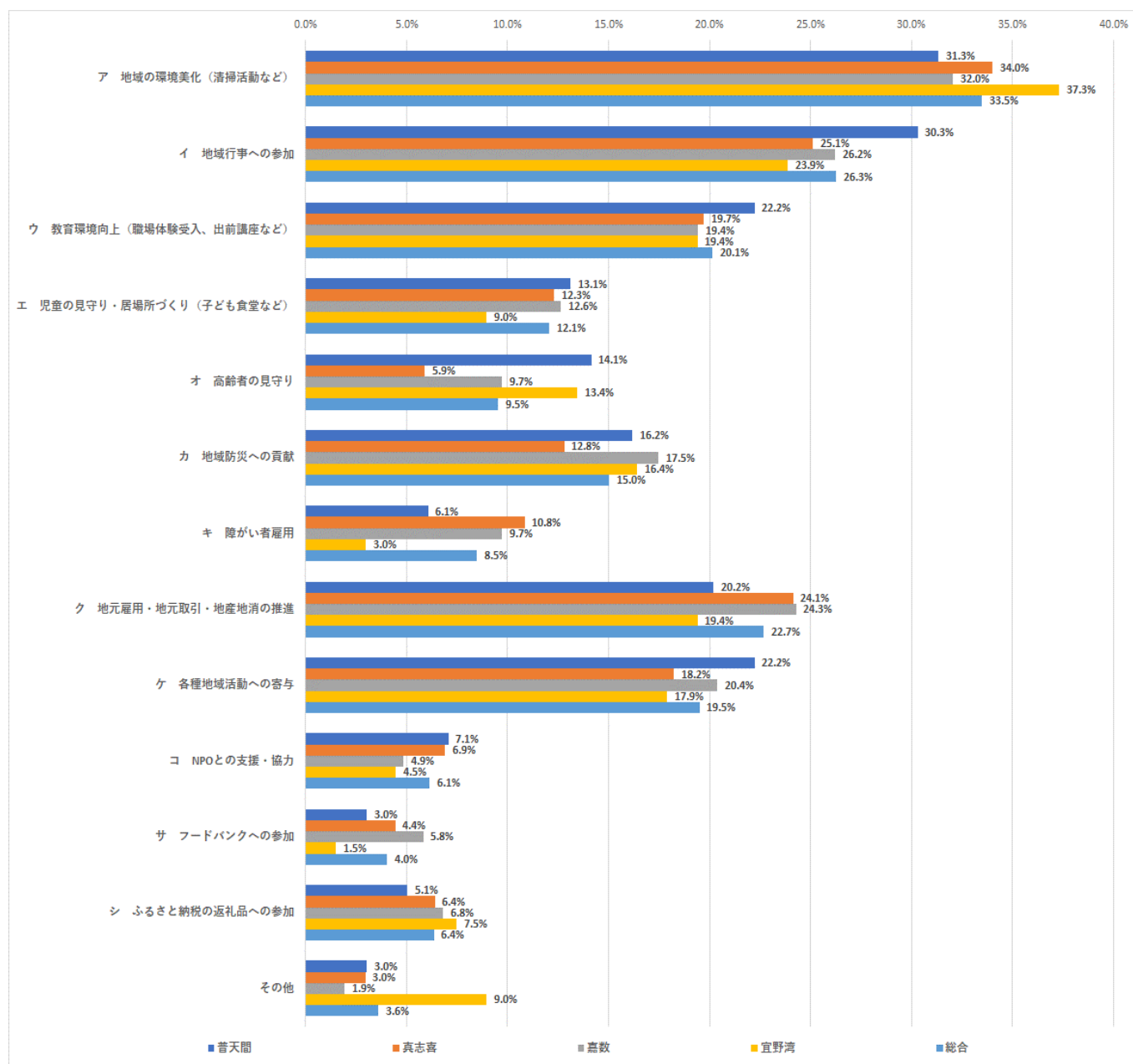
地域貢献への取り組みを見ると、「地域の環境美化（清掃活動など）」33.3%、「地域行事への参加」26.4%、「地元雇用・地元取引・地産地消の推進」（22.5%）などの回答率が相対的に高い。

図表 53 地域貢献への取り組み （n＝493）



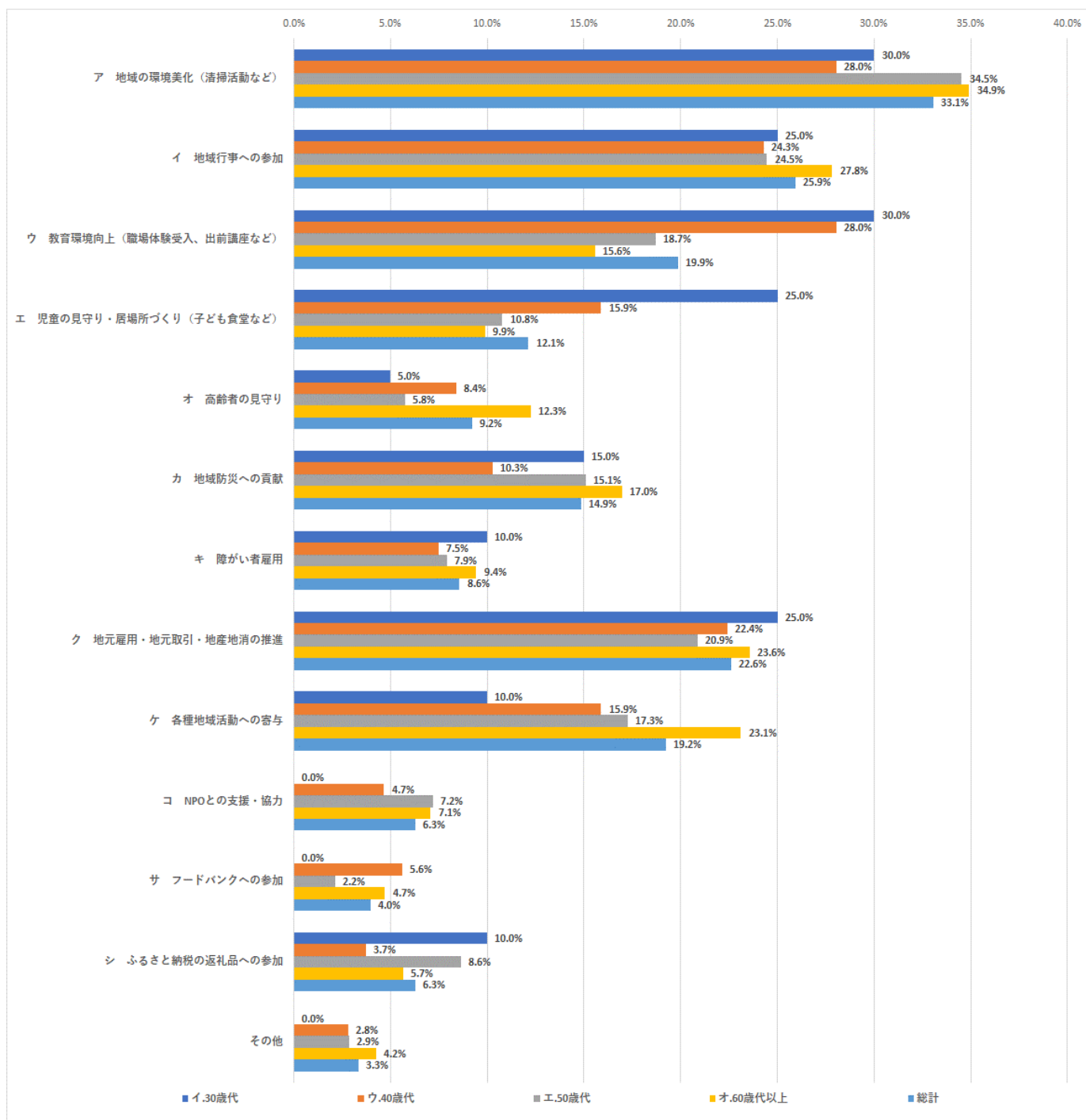
所在地別には、「普天間」では「地域行事への参加」「教育環境向上（職場体験受入、出前講座など）」「高齢者の見守り」「各種地域活動への寄与」が他地域より回答率が高い。「真志喜」では「障がい者雇用」「地元雇用・地元取引・地産地消の推進」、「嘉数」では「地域防災への貢献」「地元雇用・地元取引・地産地消の推進」「フードバンクへの参加」、「宜野湾」では「地域の環境美化（清掃活動など）」「高齢者の見守り」「ふるさと納税の返礼品への参加」の回答率が比較的高い。

図表 54 所在地別地域貢献への取り組み（n=478）



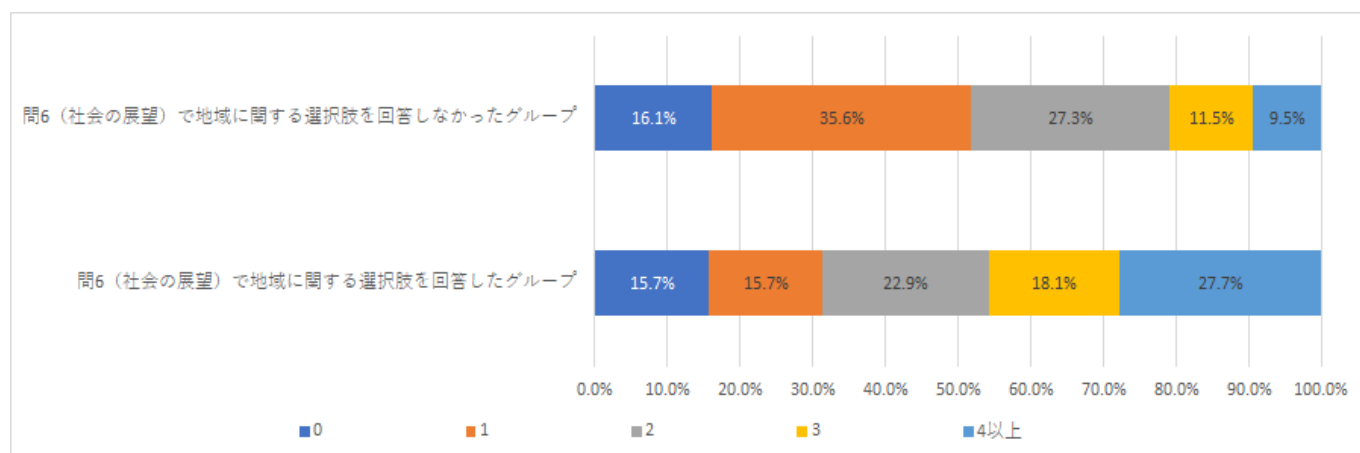
経営者の年齢別にみると、若い経営者ほど「教育環境向上（職場体験受入、出前講座など）」「児童の見守り・居場所づくり（子ども食堂など）」、高齢の経営者ほど「地域の環境美化（清掃活動など）」「各種地域活動への寄与」「NPO との支援・協力」の回答率が高い。

図表 55 経営者の年齢別地域貢献への取り組み（n＝478）



最後に、新型コロナウイルス感染症の拡大をきっかけとした社会変化の展望との関係を見る。問6（社会の展望）で「ス. 近場で買物するようになった」または「セ. 地域との関係を重視するようになる」を選択したグループとそうでないグループでの、本設問での選択肢の回答数を、図表 56 で示す。前者では、本設問での回答数が3つ以上の割合が高いことが確認できる。アフターコロナの地域社会がどのように変化することが望ましいのかを共有することによって、地域貢献へのさらなる参加を期待することが期待できるかもしれない。

図表 56 問6（社会の展望）で地域に関する選択肢の回答状況と地域貢献への取り組みでの回答数（n=493）

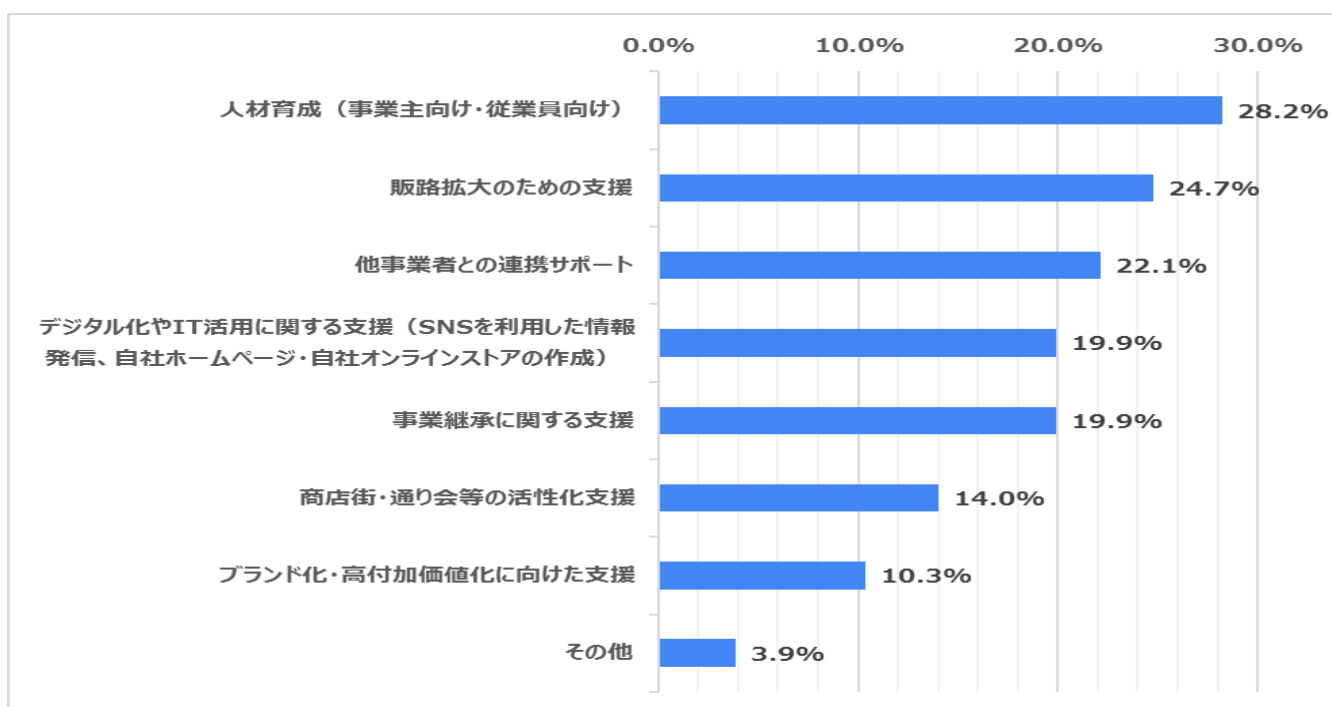


問 11 今後宜野湾市から受けたい支援はなんですか(複数回答)。

本設問は宜野湾市から受けたい支援策について聞いたものであり、その結果上位は、1位「人材育成」、2位「販路拡大のための支援」、3位「他事業所との連携サポート」となっている。他の設問と併せて特に気になるのは、1位の「人材育成」で、問8でも「人手の確保」が1位、問9でも「人材確保・育成」が1位となっており、「人材」に関する支援ニーズが非常に高いことを示している。

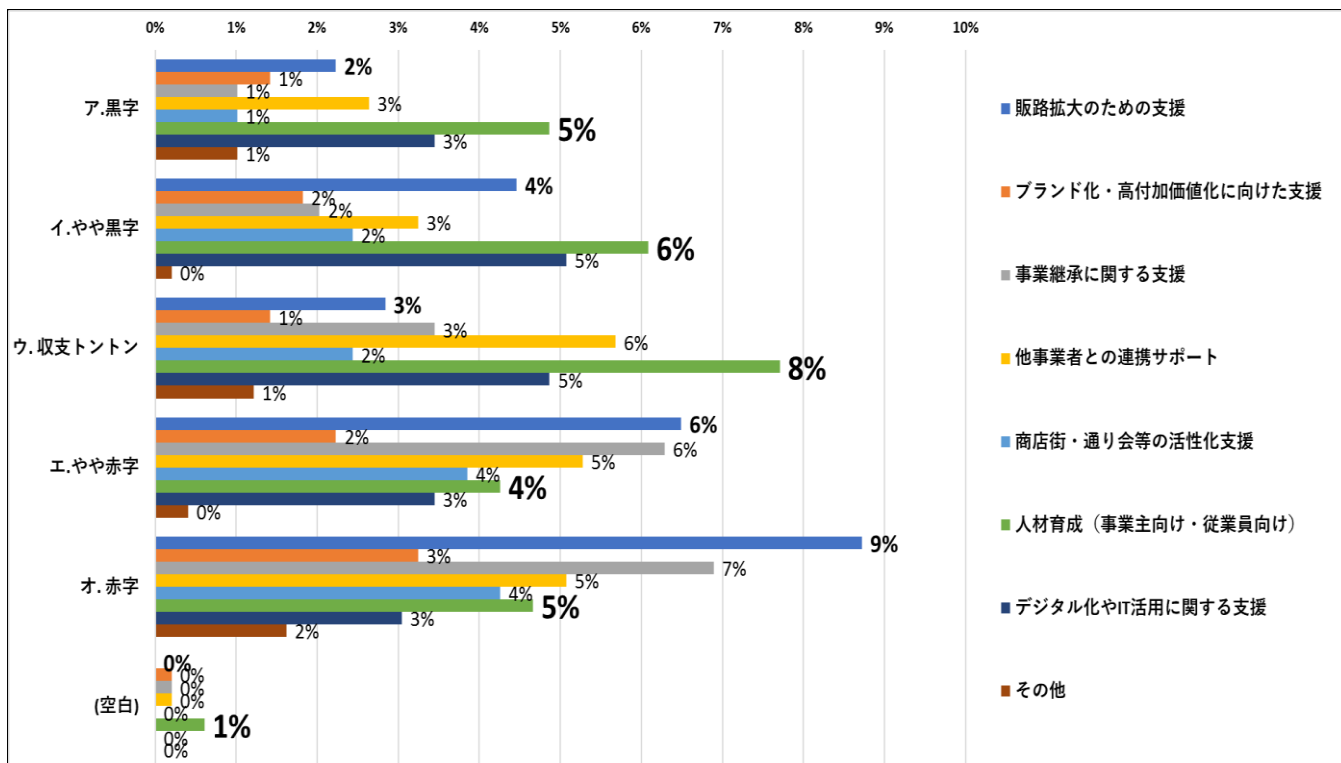
この「人材」に関する支援ニーズが高まっている現状は今回のアンケート調査のみでは説明できないが、最新の沖縄県内の離職状況に関する調査（令和3年12月3日 沖縄労働局発表）と併せてみていくとその背景が垣間見えるのではと考える。上記沖縄労働局の調査によると、平成30年3月卒業者の就職後3年以内の離職率は、新規高卒就職者は50.6%（全国平均：36.9%）、新規大卒就職者は39.9%（全国平均：31.2%）で、全国でもワーストレベルとなっている。この非常に高い離職率を原因として、県内企業に技術が蓄積されにくくなっている可能性があり、それに伴って「人材育成」のニーズが高まっているのではと考えられる。

図表 57 宜野湾市から受けたい支援メニュー （n=493）

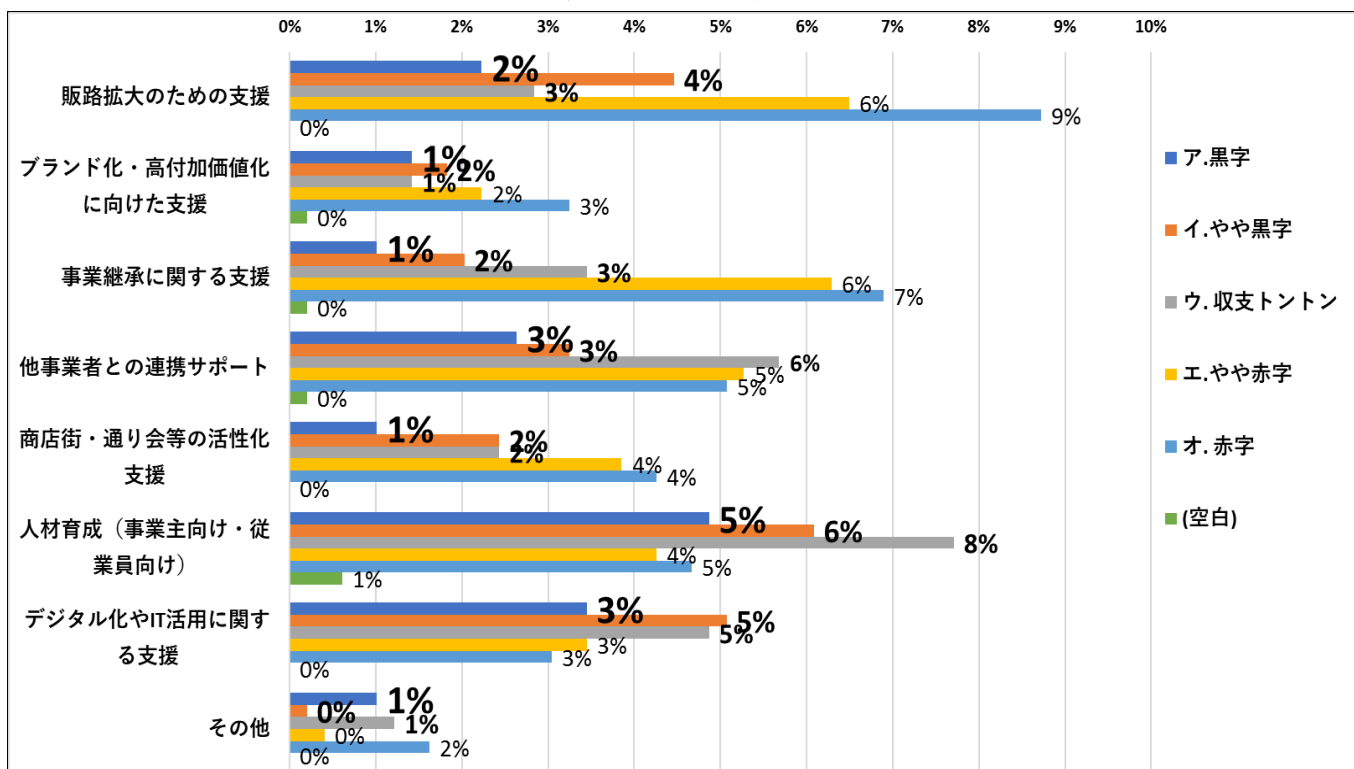


これを経営状況別に見たのが図表 58 であり、黒字又はトントンの事業所（ア、イ、ウ）と赤字の事業所（エ、オ）で、市から受けた支援策の比率が大きく異なる。黒字又はトントンの事業所においては「人材育成」が 1 位、赤字の事業所においては「販路拡大のための支援」が 1 位となっており、当該アンケート調査の結果から昨今のコロナ禍においても比較的経営が順調な事業所においては、「人材育成」を重視していることが分かる。

図表 58 経営状況別宜野湾市から受けた支援メニュー （n=493）



図表 59 売上高別宜野湾市から受けた支援メニュー （n=493）

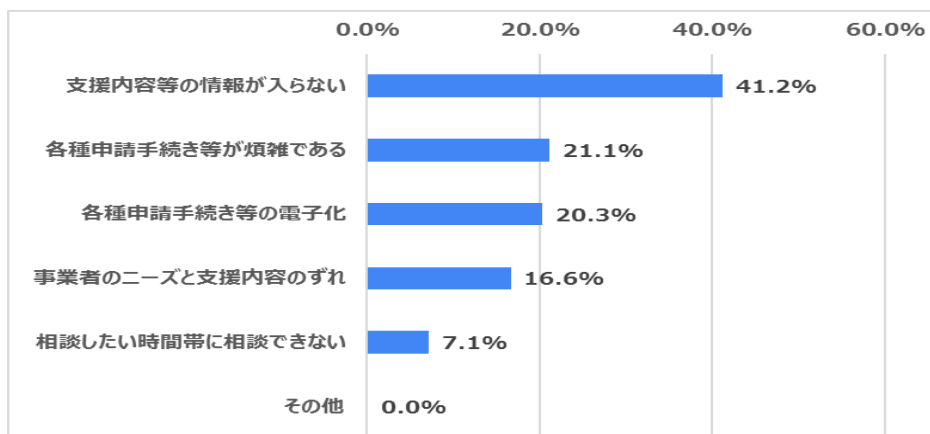


問 12 宜野湾市からの支援の課題はなんですか(複数回答)。

「支援内容の情報が入らない」が 41.2%で 1 位となっており、支援の中身よりも支援の存在自体の周知を課題として挙げている事業者が半分近くを占めている。

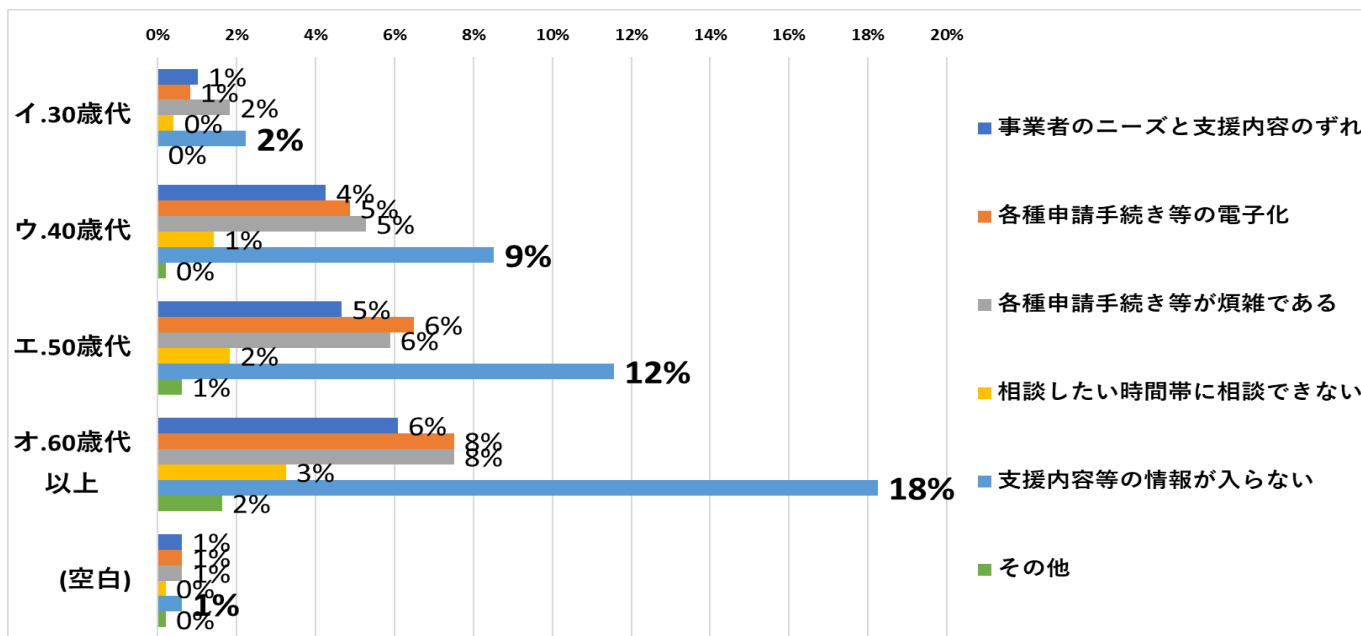
市の公式 SNS (LINE 等) では市民向け情報はプッシュ型でトークとして発信されているが、事業者向け情報はプル型で LINE VOOM (ラインブーム/旧：タイムライン) への投稿及び市公式 HP への掲載となる。そのため、事業者への支援情報については、事業者自身に情報を取りに行くという行為が求められ、そのことが情報を取得しにくい一因になっていると推察される。

図表 60 宜野湾市からの支援課題 (n=493)



これを経営者の年代別に見たのが図表 61 である。どの年代も「支援内容等の情報が入らない」が 1 位となっていることに変わりはないが、年代が上がっていくほどこの「支援内容等の情報が入らない」の比率が高くなっていく傾向がある。このことから、事業者情報の発信においては、特に年代の高い方々を意識した情報の発信を心掛ける必要があり、中でも 50 代から 60 代の方々への接触機会の多い広報媒体を選択することが非常に重要となってくる。具体的には、行政の公式 SNS 等のデジタルツールのその利便性を向上させつつ、紙媒体のようなアナログなツールをどの様に活用していくかという議論も同じくらい大切になってくると思われる。

図表 61 経営者年代別支援課題 (n=493)



3.まとめ

ここでは、これまでの集計結果の分析をまとめた。

現状（問 1～4）

- ・コロナにより売上が減少したと回答した事業所は 60%を超える。その内、深刻な売り上げ減少と回答したのは約 15%。一方、売上が増加したのは約 10%。
- ・特に減少が大きいのが、飲食サービス業、宿泊業、娯楽業。逆に医療・福祉では増加したが 17%と最も多い。
- ・経営状況が良い（黒字+やや黒字）の比率が高いのは建設業、卸売業、医療・福祉。
- ・労働環境は変化なしが大半、正社員を増やした割合が高いのは、建設業、情報通信業、卸売業、医療・福祉。逆に減らしたのは宿泊業、飲食サービス業、娯楽業。
- ・コロナの影響で深刻度の高い項目は、「顧客（利用客）・需要」、「客単価」、「資金繰り」である。
- ・「顧客（利用客）・需要」、「客単価」で大幅なマイナスの影響が大きいのは宿泊業、飲食サービス業、娯楽業。
- ・「仕入れコスト」でマイナスの影響が最も大きいのは飲食サービス業で原材料の調達などでコロナの影響を強く受けている。また、建設業も資材の高騰の影響でマイナスの影響が大きい。

事業展開の展望（問 5）

- ・現状維持と回答したのが大半であり、拡大すると回答したのは 2 割弱で情報通信業、建設業に多い。また、廃業と回答したのは飲食サービス業、卸売業で多い。

コロナ感染拡大をきっかけに社会はどう変わっていくのか（問 6）

- ・ネット通販、キャッシュレス化、リモートワークが進むとみている事業所が多い。また、アフターコロナでは、地域内での消費者行動や地域のつながりを促すような変化につながるとの見通しは弱い。
- ・情報通信業は働き方の変化を予測する傾向が強い。小売業は無人店舗の増大、飲食サービス業はデリバリー需要が増えるとみている。

アフターコロナを見据えた今後の取り組み（問 7）

- ・事業所全体としては、感染症対策が多い。
- ・建設業および情報通信業では「事業所同士の連携（共同発注・受注）」を挙げる割合が高い。
- ・卸売業では「新規取引先・顧客の開拓」の割合が高く、新しい取り組みに強い関心がある。
- ・飲食サービス業では感染症対策、資金繰り対策と回答する割合が高く、経営状況の厳しさを反映している。

課題

アフターコロナを見据えた働き方の課題（問 8）

- ・正社員・非正規社員の確保を多くの事業者が課題としている。また、働き方の改革も比較的高い割合である。
- ・若い経営者ほど働き方改革を課題ととらえている。

アフターコロナを見据えた中長期的な課題（問 9）

- ・「人材確保・育成」を課題として挙げる企業が多く、次いで「資金繰り」、「人手不足の対応」と続く。
- ・インバウンド対応、国内観光客の取り込みよりも県内需要の取り込みが優先的課題となっている

地域貢献（問 10）

- ・約 3 分の 1 の事業所が「地域の環境美化（清掃活動など）」を挙げている。次いで「地域行事への参加」、「地元雇用・地元取引・地産地消の推進」と続き、この 3 つは周辺地域との関係性の強い項目である。
- ・中学校区で見ると地域によって、地域貢献の内容に特色がある
- ・社会変化の展望との関係を見ると、近場での買い物が増えるなど地域との関係が強くなるとみる事業者ほど周辺地域との関係性が強い地域貢献の項目を挙げる割合が高い。

行政へのニーズと課題（問 11、12）

- ・「人材育成（事業主向け・従業員向け）」のニーズが最も高い、次いで「販路拡大のための支援」、「他事業者との連携サポート」である。
- ・課題としては、「支援内容等の情報が入らない」が最も多い。

Ⅱ. アフターコロナを見据えた課題の解決へ向けて

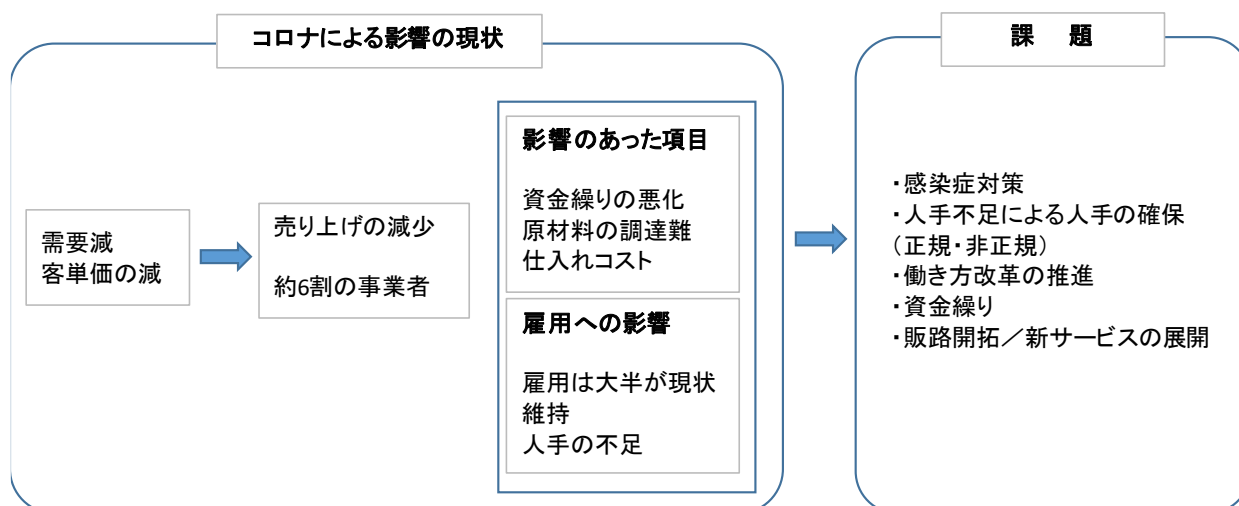
本調査では、宜野湾市と沖縄国際大学沖縄経済環境研究所が共同でアンケートを実施・分析し、コロナによる影響の現状とアフターコロナの宜野湾市産業を活性化させるための課題を明らかにした。ここでは、これまでの分析を踏まえて、アフターコロナを見据えて行政に期待される具体的な支援策について検討する。

1. アンケート結果のまとめ

まず、アンケート結果は以下のフローにまとめることができる。コロナ禍により大半の事業所が売り上げの減少となっている。取引上では原材料の調達難、仕入れコストへの影響等を受け、資金繰りの悪化を招いている、雇用状況をみると大半が現状維持であるが、これは雇用調整助成金など雇用を維持するための行政の支援が支えたものと推察される。

アフターコロナを見据えた取り組みについては、感染症対策、人手の確保、働き方改革の推進、資金繰り、販路開拓や新サービスの展開などが挙げられている。ただし、事業所の業種や規模によって、積極的な事業展開を志向する事業所や、経営悪化への対応を最優先せざるを得ない事業所等があり、一律の課題として把握できないことには留意する必要がある。

図表 62 アンケートによる現状と課題のフロー



2. 宜野湾市産業を活性化させるための課題

アンケート結果を踏まえると、アフターコロナの宜野湾市産業を活性化させるためには、以下のような点が課題となると考えられる。

1) アフターコロナ（ポストコロナ）の社会・経済の変化を踏まえること

- ・オンラインストアやネット通販の需要拡大やキャッシュレス化への対応
- ・感染症対策の常態化

など

- 2) 街の事業所が元気になること
- ・コロナ禍で悪化した経営状況の改善
 - ・事業者同士の連携
- など

- 3) 人を育てる・人手の確保・育成
- ・働き方改革
- など

- 4) これからの成長の基盤づくり
- ・新たなビジネスへの進出
 - ・県内需要の取込み
- など

- 5) 地域との関係づくりへの支援
- ・地域循環型社会の実現
 - ・地域貢献への参加
- など

3.支援策の方向性

I. アフターコロナの事業環境の変化に対応するための支援

コロナ禍を受けて消費者行動や意識も大きく変化しており、非接触・非対面ニーズの高まり、ネット購入、動画の視聴などの巣ごもり需要の高まりなどがある、それに対応したデリバリーサービスやテイクアウトなどの新しいサービスも拡大している。

1.感染症対策への支援

①中小規模事業者向けの支援や相談機能の強化

まだコロナ感染拡大が続いており、市民は感染症対策への意識は高く、当分は感染症対策がしっかりなされていることが必要である。したがって、事業所活動においては、換気設備の整備、感染対策用の消耗品（マスクや消毒液など）や備品（アクリル板など）の導入のための費用負担が大きくなると考えられる。

こうした負担に対して、国では様々な支援メニューがあるが、実際には、適切な情報が事業者まで伝わっていない。宜野湾市には、商工会とも連携しながら、できるだけ多くの事業所が国の支援策を活用できるよう、窓口を設置するなどの相談機能を強化することが求められる。

2. 新たな需要の取り込み

①県内需要の取込みの成功事例の紹介

いずれインバウンド需要も戻ってくると思われるが、アンケートによると、まずは県内需要の取り込みが最重要課題として挙げられている。

また、今回アンケートによると、売り上げの減少幅の大きい飲食サービス業等の業種では販路開拓・新サービスの展開を中長期的な課題として捉える傾向が強いようである。コロナによって落ち込んだ需要を何とか打

開しようという意思が伺える。そのために効果的なのは、ロールモデル（身近なモデル）の提示であろう。消費者需要の変化に巧みに対応して県内需要を取り込んでいる事業所の販売・サービスの紹介をする EC サイトの設立などの行政サービスの強化が必要である。同業者に限らず異業種の事業者の成功事例を学ぶことで新たな事業展開の参考にすることができる。その為にも多様な成功事例を集め、セミナーの開催やサイトなどでの情報発信を強化していくことが重要であると考えられる。

②IT を活用した事業支援

スマホでできるセルフオーダーシステムなど商店街で活用可能な IT ツールの紹介（品川区中小企業支援サイト）スマホの位置情報を活用した店舗や駐車場の混雑状況の提供といったビッグデータの活用やホームページの作成、SNS の活用による情報発信など、情報産業との連携支援を行政が取り持つことが期待される。商店街における Wi-Fi 環境の整備も重要な課題であると考えられる。

③実店舗を核とした魅力ある空間の創出

オンラインショッピング等により、実店舗の存在価値は薄れていくのであろうか。アンケートでも、アフターコロナ以降の社会変化についての質問では、オンラインストアやネット通販の需要が増大するとの回答が多かった。このままでは実店舗は衰退の一途を辿ることになる。しかしながら、ともすれば人間関係が希薄になるデジタル時代では、対面でのコミュニケーションや実体験の共有が見直されている。実店舗ならではの価値をいかに創出し、提供するのかという課題は、事業所だけでなく、街づくりを考える行政にとっても重要である。安心して店舗に足を運んでもらうため、感染症対策をしながら消費者ニーズの変化に対応した事業展開を考える産官学の間づくりが求められている。

II. 人材の育成と働き方改革への支援

1. 人材の育成

今回のアンケートの問 9「中長期的にみた重視する課題」では、人材の確保・育成が第 1 位となっていた。これは特にコロナ禍にあっても比較的業績の良いと回答した建設業や医療・福祉において多くなっていた。これらの業種においては、より高度な資格を持つ人材へのニーズだと推察される。

また、全国一生産性の低い沖縄県内産業の生産性を引き上げるためにも高度なスキルを持った人材育成が求められている。

沖縄県の第 11 次職業能力開発計画では、リスキリング（企業が新しいスキルに従業員に身につけてもらうこと）やリカレント教育（大学や教育機関で学び直すこと）を重要視している。宜野湾市には、市内事業所の人材育成ニーズに答えるためにも県と連携しながら持続的により高度な人材育成が図れるような環境を整えていくことが求められている。

2. 働き改革の推進

コロナ感染拡大を契機として、テレワーク等の柔軟な働き方が普及してきている。場所や時間に拘束されない働き方は、従業員の働く意欲を高め、生産性を高めることにつながることが期待されている。これらの動きはコロナ禍以前からあったがコロナ禍を契機としてその動きは加速されている。しかしながら中小零細企業の多い宜野湾市内の事業所ではテレワークはまだ普及するには至っていないし、ワークライフバランスの導入も遅れている。

アンケートのアフターコロナの働き方の課題についての質問でも、人手の確保（正規社員・非正規社員）に

次いで働き方改革（副業制度の導入、ワークライフバランスの導入など）、テレワークの推進を選択する事業者が多い結果となっている。

第二次宜野湾市産業振興計画においても、施策 4-3 ワークライフバランスの促進において、ワークライフバランスの普及促進を提示している。さらにこれを強化するために、市としては積極的に導入を図っている事業者の表彰や事例の紹介等を通して継続的に働き方改革を推進していくことが重要であろう。

Ⅲ. 地域コミュニティの再建への支援

1. 実店舗を核としたにぎわいある街づくり

コロナ禍における消費者行動の変化により実店舗の存在意義が薄れ、小売業や飲食店等の店舗が減少していくことが懸念されている。その一方で、モノ消費からコト消費（サービス）への消費者の意識の変化は、オンラインストア等では満たされない「体験」の提供や顧客とのコミュニケーションを重視し、実店舗へ回帰する動きを生み出している。さらに、買い物弱者支援、介護・医療、子育て支援などの生活支援サービスは実店舗が起点となり提供されることに注目すれば、地域コミュニティという視点から実店舗の役割を再評価すべきではないかとも考えられる。

行政においては、地域コミュニティにおける実店舗の役割を再評価し、実店舗を核とした魅力ある空間の創出に取り組むことが求められる。コロナ禍において地域コミュニティの意義が見直されているなかで、地域に暮らす人びとや事業者、行政の協同による取り組みを広げ、実店舗を核とした社会ネットワークの構築を進めていくためには、地元雇用・地元取引・地産地消の推進や、地域に暮らす人びとのニーズと事業所の地域貢献への取り組みをマッチングさせることなどが課題となる。また、アフターコロナの地域社会がどのように変化することが望ましいのかを、地域に暮らす人びとや事業所、行政、大学や NPO など協創する場をつくることで、こうした動きを促進させることができる可能性がある。

2. 持続可能な地域経済の構築

コロナをきっかけとして、新しい社会問題が生まれてきたと同時に、以前から存在していた社会問題の多くも一層深刻化した形で打ち寄せてきている。これらの問題を解決するためには、地域社会における多様なステークホルダーの連携が必須となる。その際、SDGs（持続可能な開発目標）の理念は、人びとや企業、行政、NPO、大学等を結び付ける共通言語となることが期待される。

SDGs の達成に向けた取り組みを進めることは、地域経済の活性化にもつながる。アンケートのアフターコロナを見据えた取り組みについての質問では、「SDGs の目標を経営戦略に取り入れる」と回答した事業所が一定程度確認できた。また、地域貢献についての質問では、多くの事業所が何らかの形で地域貢献の取り組みを行っている（またはその予定がある）ことがわかった。SDGs や地域貢献という点でノウハウを持つ事業所などを紹介する場を持つことや、SDGs や地域貢献を見据えた宜野湾市内イベント等の後援や表彰などによって、市内事業所による取り組みを後押しできるのではないだろうか。

IV. 行政の課題

1. 事業者支援情報の発信について

以上の支援を効果的に実施するためにも行政としては、国や県、市の支援策をすべての事業所及び市民に迅速に知らせ、スムーズな諸手続きにつなげることが重要である。そうしなければせっかくの支援策も本当に必要な事業所に活用されない事態が発生する。

実際、今回のアンケートでは「宜野湾市からの支援の課題はなんですか」との質問に対し、最も多かったのが「支援内容等の情報が入らない」であった。ただし、現時点の宜野湾市の情報発信についてみていくと、公式 SNS（LINE、Facebook 等）や公式ホームページを活用してタイムリーに支援情報を提供しており、できる限りリアルタイムな情報発信に努めていることが窺える。

この様に積極的な情報発信を行っているにもかかわらず、なぜ「支援内容等の情報が入らない」と答えた方が多いのか。理由を分析するために「支援内容等の情報が入らない」と答えた方を年代別に見ていくと、60 歳代以上が圧倒的に多く、次いで 50 歳代となっており、年代が下がっていくほど大幅に減少している。このことから、公式 SNS 等のデジタルを活用した情報発信のその効果は、年代によって差があり、必ずしも全ての事業者に対して有効なものではないことが分かる。

よって、事業者情報の発信においては、デジタル技術を活用しリアルタイム性を重視するとともに、50 歳代及び 60 歳代以上の年齢の高い方々も意識した情報の発信を心掛ける必要がある。具体的には、年齢の高い方々の接触機会の多い広報媒体である市報等のアナログなツールを、今後どの様に活用していくかを今まで以上に検討していくことが重要になってくると思われる。

事業者の皆様へ

令和3年 11月15日

宜野湾市長 松川 正則
(公印省略)

「アフターコロナ時代を見据えた事業所アンケート調査」へのご協力をお願い

拝啓 時下ますますご清栄のことと存じます。日頃から、市政運営に対しましてご理解、ご協力をいただき深く感謝申し上げます。

さて、本市と沖縄国際大学は令和2年2月に「包括連携協力に関する協定」を締結し、大学と市の連携協力により宜野湾市の活性化のための調査・研究等を行うこととしております。協定に基づき今回、「コロナ拡大が宜野湾市産業に与えた影響と今後の展望」と題し、沖縄国際大学沖縄経済環境研究所と宜野湾市産業政策課で共同調査・研究を行っています。

今回お願いしておりますこのアンケート調査は、上記共同調査・研究の一環で新型コロナが宜野湾市の商工業者にどのような影響を与えたかの実態とアフターコロナ時代を見据えた経営のあり方をお聞きするもので、その結果を今後の市の産業振興および大学の地域貢献に活かしたいと考えております。

皆様には、お忙しい中お手数をおかけしますが、本アンケート調査にご協力いただきますようお願い申し上げます。

敬具

■対象事業者の選定について

このアンケートは、NTT 電話帳に記載された事業者の約2千件の方々にお送りさせていただいております。いただきましたご意見・ご回答の内容につきましては、このアンケートの集計・分析のみに活用し、それ以外には使用いたしません。

5分程でご回答いただけるので、コロナ後の宜野湾市産業振興のためにご協力のほどお願いいたします。

■アンケートの回答方法について

アンケート用紙は、同封の返信用封筒にて、令和3年12月24日(金)までに投函してください(※切手は不要です)。また、インターネットでも回答ができます。以下のQRコードを読み取っていただくと、直接アンケート画面に移行します。インターネットでご回答いただきましたら、アンケート用紙の郵便での返送は不要です。



■お問い合わせ先：アンケートの質問内容や回答方法などのお問い合わせは、下記へお願いします。

沖縄国際大学 沖縄経済環境研究所 TEL:098-892-1111(内 6207)

宜野湾市地域連携事業（宜野湾市・沖縄国際大学沖縄経済環境研究所）
アフターコロナを見据えた事業者アンケート調査

【ご回答にあたってのお願い】

1. 回答は、《郵送》または《インターネット(QRコードを読み込んで下さい)》で行うことができます。

いずれかの方法で、

令和3年(2021年)12月24日(金)までに、同封の返信用封筒(切手不要)

に入れてご投函もしくは送信してください。(所要時間は、5分程です。)

2. なお、ご回答いただいた内容については、すべて統計的に処理しますので、各団体を特定することは決してありません。また、調査目的以外に使用することはありません。

QRコード(Google フォームへリンクしています)→



☆事業所（店舗）の概要についてお伺いします。

主な業種	ア 建設業 イ 情報通信業 ウ 卸売業 エ 小売業 オ 不動産業、物品質貸業 カ 宿泊業 キ 飲食サービス業 ク 生活関連サービス業、ケ 娯楽業 コ 教育、学習支援業 サ 医療、福祉 シ サービス業(他に分類されないもの) ス その他()
所在地	宜野湾市(ア 愛知 イ 赤道 ウ 新城 エ 伊佐 オ 上原 カ 宇地泊 キ 大謝名 ク 大山 ケ 嘉数 コ 神山 サ 我如古 シ 喜友名 ス 宜野湾 セ 佐真下 ソ 志真志 タ 長田 チ 野嵩 ツ 普天間 テ 真栄原 ト 真志喜) その他()
経営形態	ア 法人 イ 個人
従業員数	ア 5人未満 イ 5～10人未満 ウ 10人～30人未満 エ 30人以上
営業年数	ア 5年未満 イ 5～10年未満 ウ 10～20年未満 エ 20年以上
経営者の年齢	ア 20歳代 イ 30歳代 ウ 40歳代 エ 50歳代 オ 60歳代以上

☆貴事業所のコロナ感染拡大による影響についてお伺いします。

問1 2021年の1月から10月の売上高はコロナ前に比べてどう変化しましたか。

ア 増加した イ 変わらない ウ 1～2割減 エ 3～5割減 オ 5割以上の減

問2 2021年の1月から10月の経営状況はいかがでしたか。

ア 黒字 イ やや黒字 ウ 収支トントン エ やや赤字 オ 赤字

問3 コロナ禍によって、貴事業所の労働環境はどのように変化しましたか。

正社員について	ア 増やした	イ 変化なし	ウ 減らした
非正規社員について	ア 増やした	イ 変化なし	ウ 減らした
労働時間について(正社員)	ア 増やした	イ 変化なし	ウ 減らした

問4 次の項目についてはどのような影響がありましたか。以下の①～⑤の中から1つ選択して下さい。

(記入例)

項目群	影響度(○はひとつ)
△△△△△△△△△	①プラスの影響 ②特に影響なし ③マイナスの影響 ④大幅なマイナスの影響 ⑤わからない

(回答欄)

影響のあった項目	影響度 (○はひとつ)				
	①	②	③	④	⑤
1. 顧客(利用客)・需要					
2. 客単価					
3. 商品サービスの受注・売上					
4. 生産・販売・サービス活動					
5. 業務量・業務効率					
6. 仕入れコスト					
7. 商品・原材料の調達					
8. 資金繰り					

☆今後の経営方針などについてお伺いします。

問5 事業展開の展望についてどう考えていますか。

ア 拡大する イ 現状維持 ウ 縮小する エ 廃業を考えている オ わからない

問6 コロナ感染拡大をきっかけに、社会はどのように変わっていくと思いますか(複数回答)。

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| ア オンラインストアやネット通販の需要が拡大する | イ キャッシュレス化が普及する |
| ウ 非接触型サービスの導入が進む | エ リモートワークなどが広がる |
| オ 実店舗の減少が加速する | カ オフィスなどの不動産需要が減少する |
| キ 正規雇用が増える | ク 人が密になるようなイベントが減少する |
| ケ デリバリーの需要が拡大する | コ 無人店舗が増加する |
| サ 兼業や副業をする人が増える | シ 感染症対策が常態化する。 |
| ス 近場で買物をするようになる | セ 地域との関係を重視するようになる |
| ソ コロナ以前の社会に戻る | その他() |

問7 アフターコロナを見据えて、どのような取り組みを考えていますか（複数回答）。

(1)資金繰り	ア 政府系金融機関による特別融資の利用 ウ 財務基盤の強化・手元資金の確保	イ 民間金融機関への融資相談 エ 支払い返済等の猶予
(2)マーケティング関連	オ 仕入れ先・調達先の拡大 カ 販売方法の多様化(新たな商品・サービスの開発)(デリバリーなど) キ 新規取引先・顧客の開拓 ク 新規事業の立ち上げ・異業種への参入 ケ SNS を利用した情報発信 コ ネット取引(電子商取引やオンラインでのサービス)の利用 サ キャッシュレス化への対応 シ SDGs の目標を経営戦略に取り入れる ス IT 投資の促進(会計ソフト導入、テレワーク設備、PC の導入など) セ 事業者同士の連携(共同発注、受注など)	
(3)感染対策	ソ 非接触機器(非接触タッチパネル、セルフレジなど)の導入 タ 感染対策用備品(アクリル板、二酸化炭素測定器、体温計など)の導入 チ 換気用機器(空気清浄機など)の導入 ツ 消耗品(使い捨て手袋、マスク、消毒液など)の導入	
(4)その他	()	

問8 アフターコロナを見据えた貴事業所が重視する働き方の課題はなんですか（複数回答）。

ア 人手の確保(正規社員)	イ 人手の確保(非正規社員)
ウ 人員削減(正規社員)	エ 人員削減(非正規社員)
オ 労働時間の増加	カ 労働時間の減少
キ 他業種への雇用者の出向など柔軟な人材交流	ク テレワークの推進
ケ 働き方の改革(副業制度の導入・ワークライフバランスの導入など)	コ 混雑を避けるための時差出勤(フレックスタイム)
その他()	

問9 アフターコロナを見据え、中長期的にみた貴事業所が重視する課題はなんですか（複数回答）。

ア 新商品の開発	イ 新サービスの展開	ウ 販路の開拓
エ インバウンド対応	オ 国内観光客の取込み	カ 県民需要の取込み
キ 人材確保・育成	ク 後継者の確保	ケ 人手不足への対応
コ 資金繰り	サ 設備投資	シ 店舗拡大
ス 店舗改装	その他()	

問10 貴事業所が今後取組を検討している（または、既に取り組んでいる）地域貢献はなんですか（複数回答）。

ア 地域の環境美化(清掃活動など)	イ 地域行事への参加
ウ 教育環境向上(職場体験受入、出前講座など)	エ 児童の見守り・居場所づくり(子ども食堂など)
オ 高齢者の見守り	カ 地域防災への貢献
キ 障がい者雇用	ク 地元雇用・地元取引・地産地消の推進
ケ 各種地域活動への寄付	コ NPO との支援・協力
サ フードバンクへの参加	シ ふるさと納税の返礼品への参加
その他()	

☆政策支援についてお伺いします。

問11 今後宜野湾市から受けたい支援はなんですか(複数回答)。

※選択肢には現時点で事業化していない支援も含まれています

- | | |
|--|----------------------|
| ア 販路拡大のための支援 | イ ブランド化・高付加価値化に向けた支援 |
| ウ 事業承継に関する支援 | エ 他事業者との連携のサポート |
| オ 商店街・通り会等の活性化支援 | カ 人材育成(事業主向け・従業員向け) |
| キ デジタル化や IT 活用に関する支援(SNS を利用した情報発信、自社ホームページ・自社オンラインストアの作成) | その他() |

問12 宜野湾市からの支援の課題はなんですか(複数回答)。

- | | |
|-------------------|-------------------|
| ア 事業者のニーズと支援内容のずれ | イ 各種申請手続き等の電子化 |
| ウ 各種申請手続き等が煩雑である | エ 相談したい時間帯に相談できない |
| オ 支援内容等の情報が入らない | |
| その他() | |

問13 宜野湾市の産業振興に要望することがあれば自由にお書きください。

--

<追加調査についてのご協力のお願い>

差し支えなければ、アンケートの内容について、追加でヒアリング調査へご協力をお願いする場合がございます。ご協力頂ける場合、貴事業所のご担当窓口についてご教示ください。

貴社名・事業所名		
部署名・ご担当者名		
ご連絡先	TEL :	Mail :

【問合せ先】

○質問への回答方法など、調査票の内容に関するお問合せは、下記へお願い致します。

沖縄国際大学 沖縄経済環境研究所

沖縄県宜野湾市宜野湾2丁目6番1号 TEL:098-892-1111(内 6207)

アンケートへのご協力ありがとうございました。

