

# 2023年度 経営状況アンケート

調査報告書

八千代商工会議所

## ご 挨拶

八千代商工会議所 会頭 周郷 寿雄



皆様方におかれましては、当所の事業運営につきまして、日頃よりご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

まず、令和6年1月1日に発災した能登半島地震によりお亡くなりになられた方々に哀悼の意を表しますとともに、被災されたすべての方々に対し、心よりお見舞い申し上げます。当所と致しましても、微力ながら、賀詞交歓会や千葉県商工会議所連合会を通じて募金活動を行いました。ご協力いただきました方々に御礼申し上げます。

さて、令和2年1月より新型コロナウイルス感染症という未曾有の事態に見舞われましたが、令和5年5月に感染症分類が「第5類」に移行し、マスクの着用も緩和されるなど徐々に日常を取り戻しつつあります。

インバウンドを中心とした観光事業が回復傾向にあるなど明るい材料も出はじめている一方で、国際的な紛争問題は長期化しており、原油・原材料価格の高騰、円安進行等の影響による物価上昇は止まらず、景気の下振れリスクは継続しているものと思われます。また、業種によっては人材不足についても深刻な状況となっております。

全会員向けアンケート調査については、令和2年度から令和4年度まで過去3回にかけて「新型コロナウイルスにおける経営状況アンケート」を実施し、八千代市における新型コロナウイルス感染症の影響や地域経済の実態を報告させていただきました。今年度は「経営状況アンケート」として八千代市内事業所および会員事業所を対象に、昨年と対比し、売上高や物価高、人材不足など業種別にどの程度影響が出ているか等調査を行いましたので、一つの指標として皆様の事業展開の判断に活用いただけることを切に願い、ここに報告させていただきます。

当所では来年度、全会員事業所を訪問し、それぞれの事業所のニーズに合った支援が出来る体制を目指して、「変化する環境に経営者と共に取り組む会議所」を令和6年度のテーマに掲げ邁進してまいります。

今後も国際情勢の影響を受けた資材・燃料高騰や人材不足など、まだまだ大変な状況下とは存じます。お困りごとがございましたら当会議所をご活用下さいますよう宜しくお願い致します。

# 目 次

1. 調査概要	2
(1) 調査の目的	2
(2) 調査方法	2
(3) 調査対象	2
(4) 調査期間	2
(5) 回収状況	2
2. アンケート結果	3
(1) 回答者の属性	3
(2) 物価高の影響について	6
(3) 人材不足の影響について	8
(4) コロナ融資について	10
(5) 経営相談について	12
(6) 今後の取り組みについて	13
(7) 商工会議所への期待と評価	14
3. クロス集計による分析	19
(1) 業種や従業員数と売上増減	19
(2) 経営資源に対する影響	22
(3) 今後の取り組み	25
4. 調査結果の総評	27
(1) アンケート総評	27
5. アンケートフォーマット	29

# 1 調査概要

## (1) 調査の目的

管内事業所の景況感や取組内容等を把握し、効果的な施策の立案に活用することを目的として実施しました。

## (2) 調査方法

A 4のアンケート用紙を作成して各事業所に郵送し、紙およびWEBにて回収しました。

## (3) 調査対象

八千代商工会議所の会員企業2,098件を対象としました。

## (4) 調査期間

令和5年12月22日～令和6年1月19日

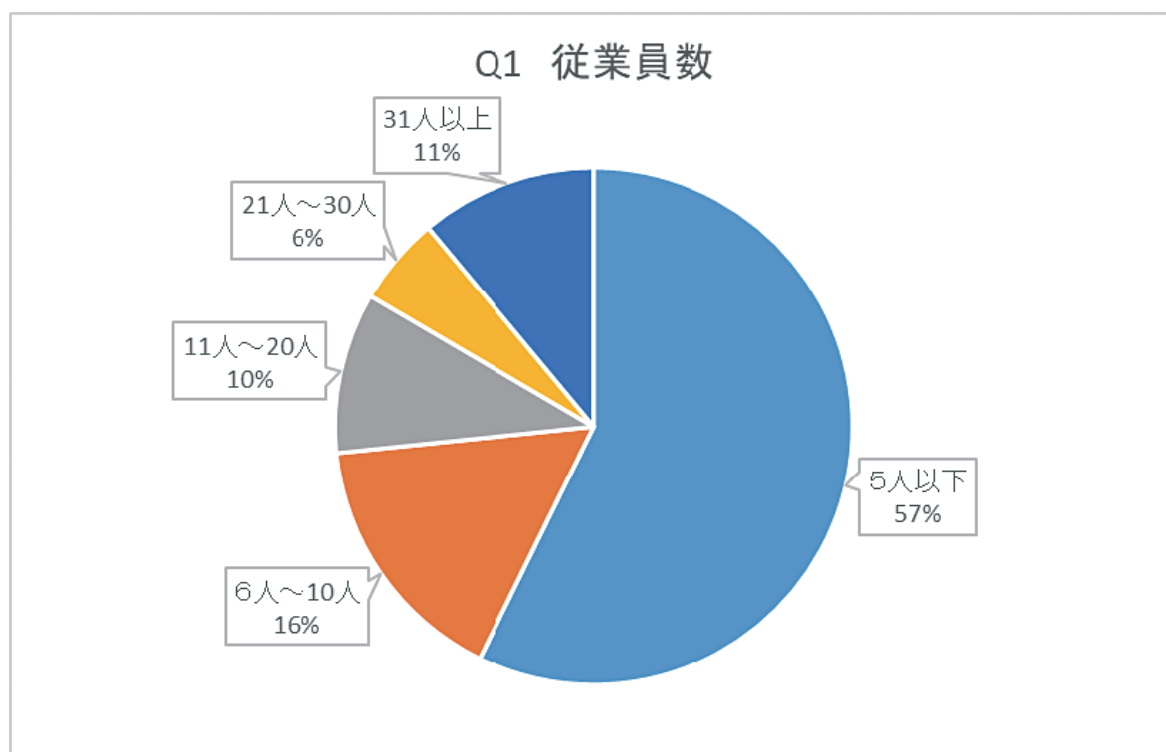
## (5) 回収状況

2,098件の配布に対して398件の回収を行いました。郵送での回収は293件、WEBでの回収は105件でした。回収率は18.9%でした。

## 2 アンケート結果

### (1) 回答者の属性

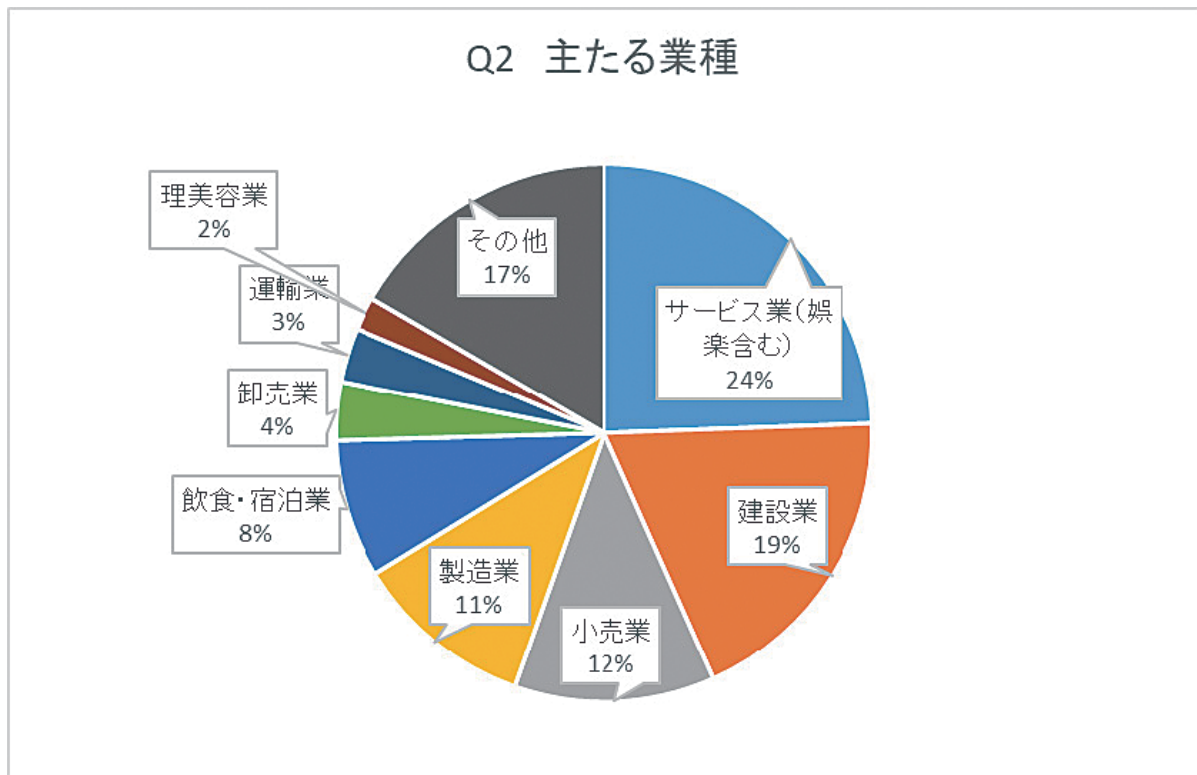
Q 1 (従業員数)より5人以下の小規模事業者が占める割合が57%と最多でした。次いで、6人～10人が16%でした。



### Q 1

従業員数	5人以下	6人～10人	11人～20人	21人～30人	31人以上	小計
回答数	228	64	40	22	44	398
パーセンテージ	57%	16%	10%	6%	11%	100%

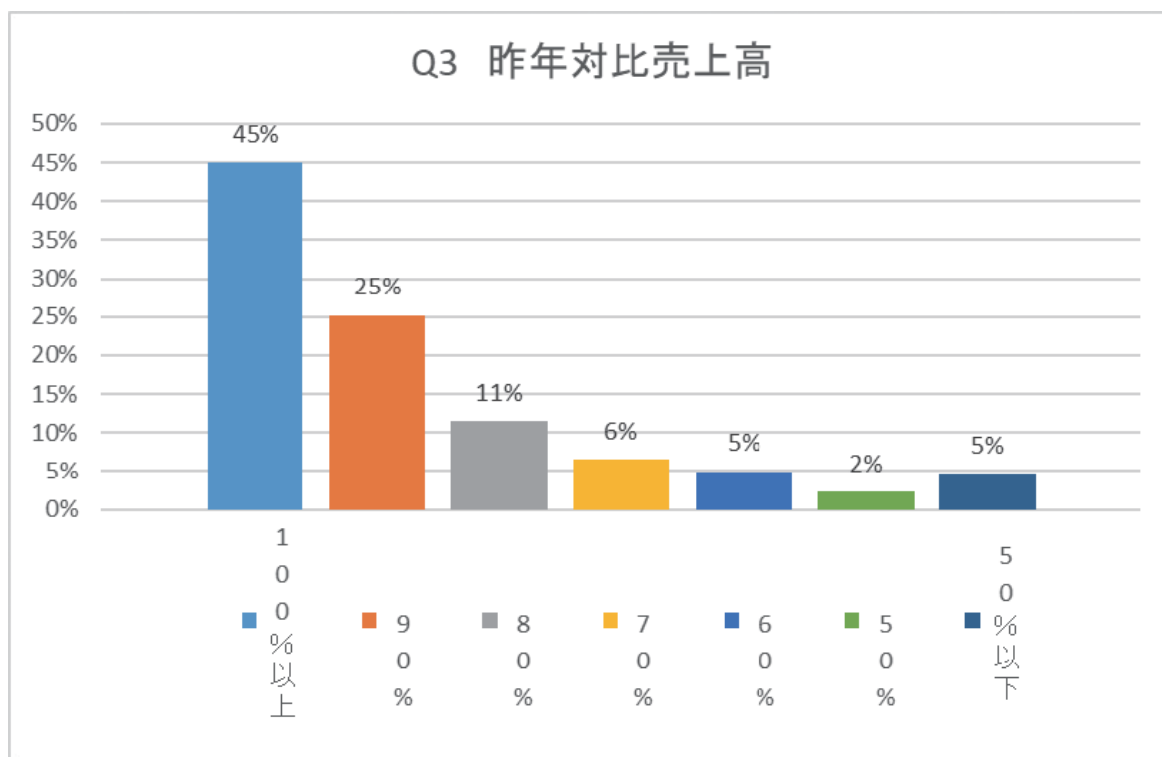
Q 2 (業種) より、サービス業が24%と最多でした。次いで建設業が19%、小売業が12%、製造業が11%、飲食・宿泊業が8%、卸売業が4%、運輸業が3%、理美容業が2%でした。その他の業種の内訳は不動産業、介護医療が最多でした。



Q 2

主たる業種	サービス業 (娯楽含む)	建設業	小売業	製造業	飲食・ 宿泊業	卸売業	運輸業	理美容業	その他	小計
回答数	97	75	48	43	33	14	13	8	66	397
パーセンテージ	24%	19%	12%	11%	8%	4%	3%	2%	17%	100%

Q 3 (昨年対比売上高)より、昨年対比売上高100%以上が45%と最も多く、次いで90%が25%でした。90%以上の合計比率は70%でした。50%および50%以下の合計比率は7%でした。

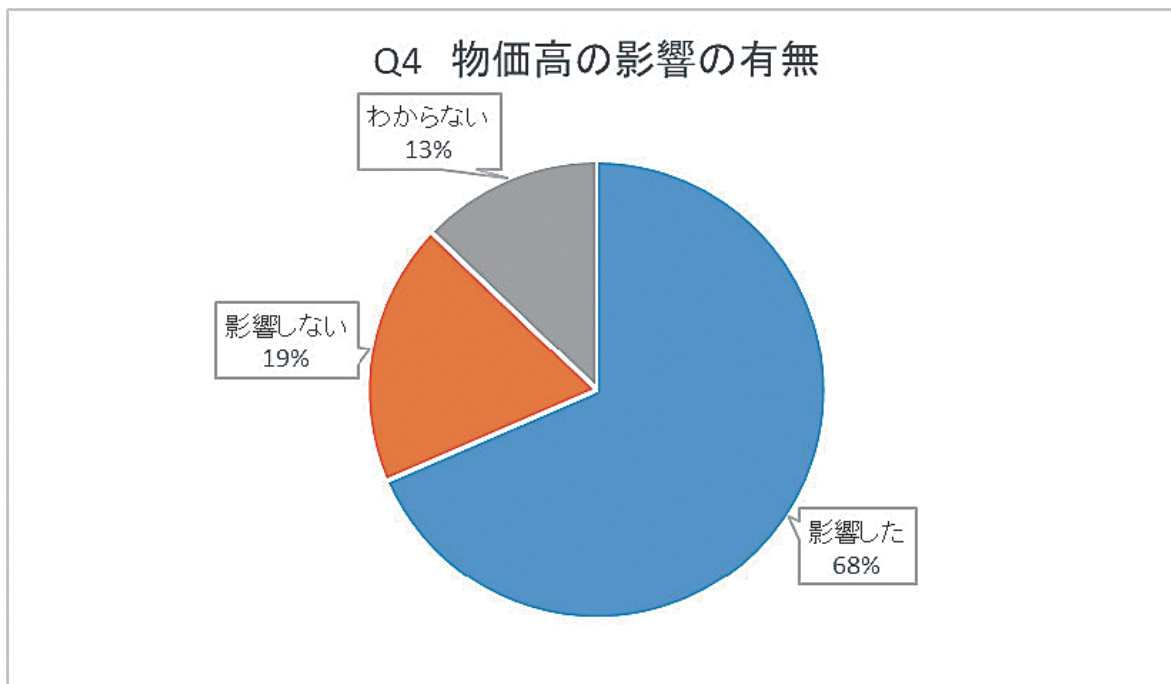


**Q 3**

昨年対比	100%以上	90%	80%	70%	60%	50%	50%以下	小計
回答数	173	97	44	25	19	9	18	385
パーセンテージ	45%	25%	11%	6%	5%	2%	5%	100%

## (2) 物価高の影響について

Q 4 (物価高の影響の有無)より、物価高の影響を受けた事業者の割合は68%でした。一方で、物価高の影響を受けていない事業者の割合は19%でした。

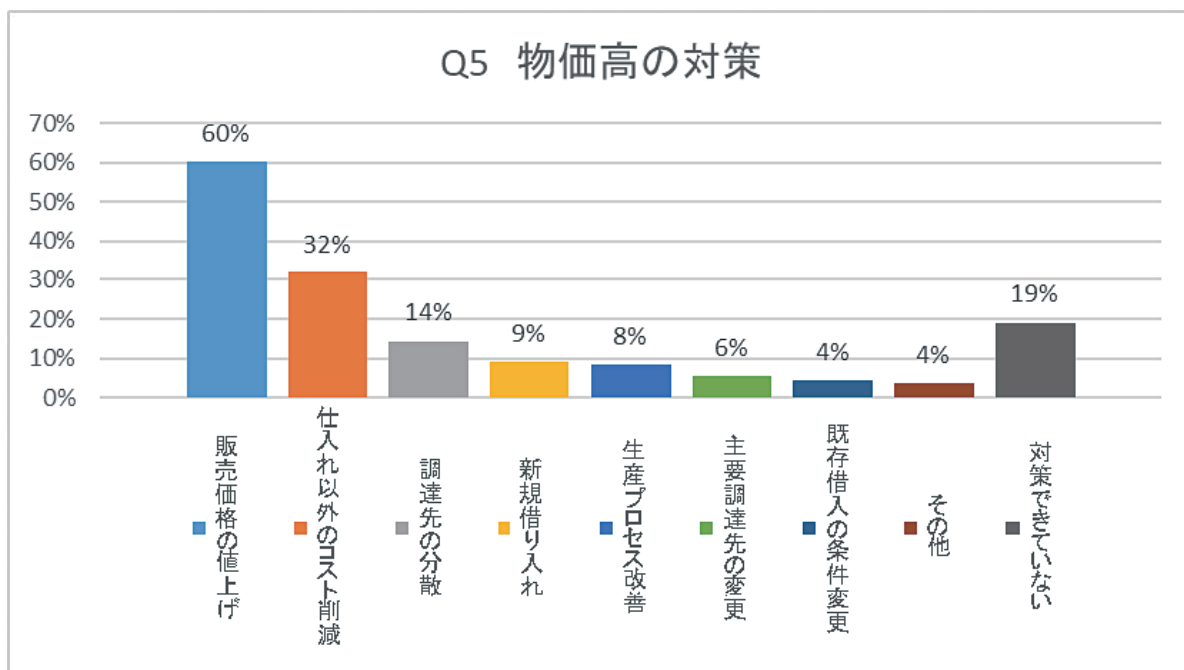


### Q 4

物 価 高 の 影 響	影響した	影響しない	わからない	小 計
回 答 数	272	74	51	397
パーセンテージ	68%	19%	13%	100%



Q 5 (物価高の対策)より、物価高の影響を受けた事業者が取り組んだ対策としては、販売価格の値上げが60%と最も多く、次いで仕入れ以外のコスト削減が32%でした。仕入れに関する取り組みとしては、調達先の分散が14%、主要調達先の変更が6%でした。資金に関する取り組みとしては、新規借入れが9%、既存借入の条件変更が4%でした。一方で、対策できていない事業者の割合は19%でした。その他では、請負金額の交渉や業種変更などの回答がありました。

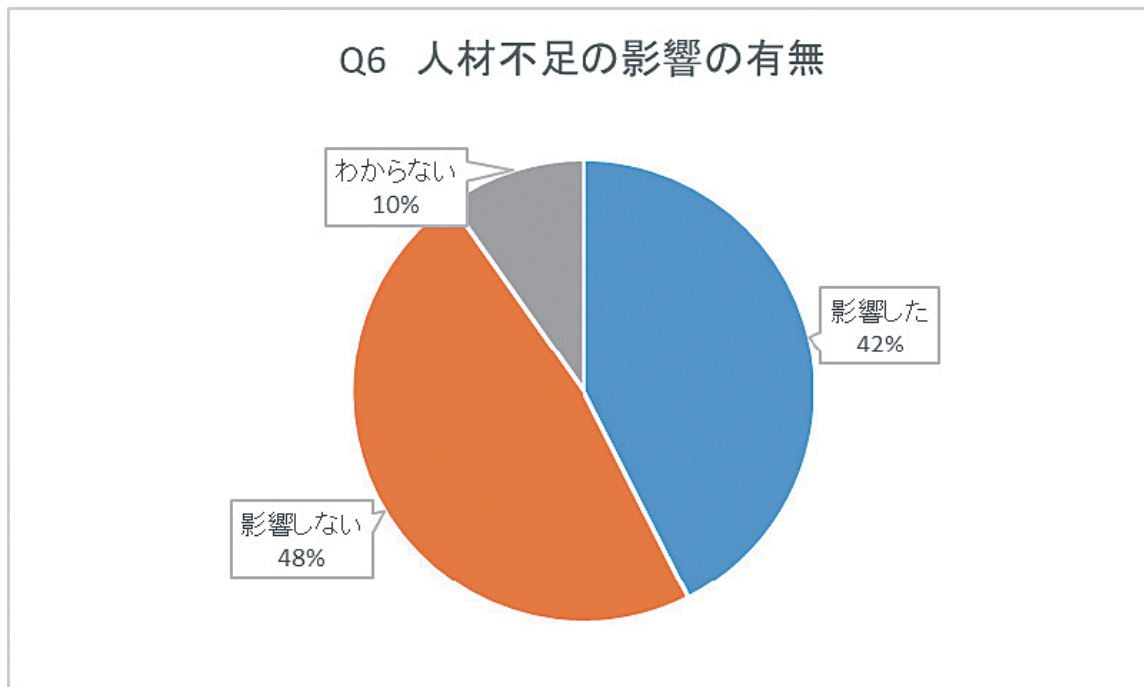


### Q 5

物価高の対策	販売価格の値上げ	仕入れ以外のコスト削減	調達先の分散	新規借り入れ	生産プロセス改善	主要調達先の変更	既存借入の条件変更	その他	対策できていない	標本数
回答数	164	87	39	25	23	15	12	10	52	272
パーセンテージ	60%	32%	14%	9%	8%	6%	4%	4%	19%	100%

### (3) 人材不足の影響について

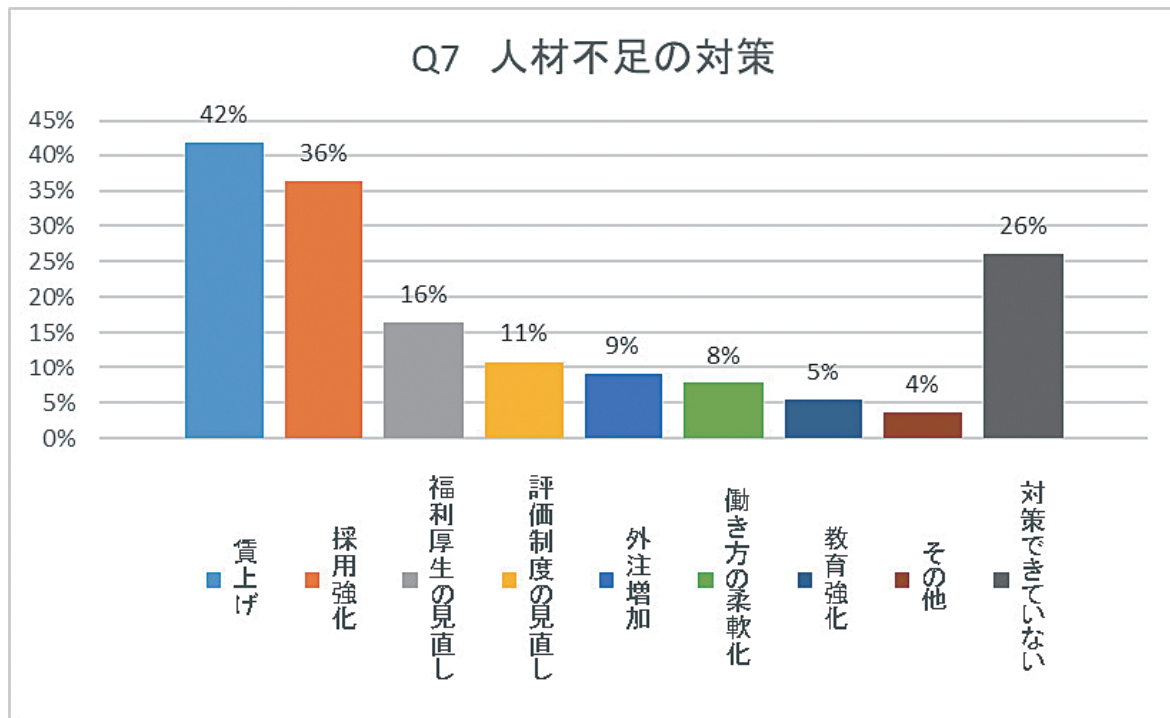
Q 6 (人材不足の影響の有無)より、人材不足の影響を受けた事業者の割合は42%でした。一方で、人材不足の影響を受けていない事業者の割合は48%でした。



#### Q 6

人材不足の影響	影響した	影響しない	わからない	小 計
回 答 数	165	185	38	388
パーセンテージ	42%	48%	10%	100%

Q7(人材不足の対策)より、人材不足の影響を受けた事業者が取り組んだ対策としては賃上げが42%と最多でした。人事面の取り組みとしては、採用強化が36%、評価制度の見直しが11%、働き方の柔軟化が8%、教育強化が5%でした。賃上げ以外の待遇面の取り組みとしては、福利厚生の見直しが16%でした。一方で、対策できていない事業者の割合は26%でした。その他では、残業時間の縮小、中途採用などの回答がありました。

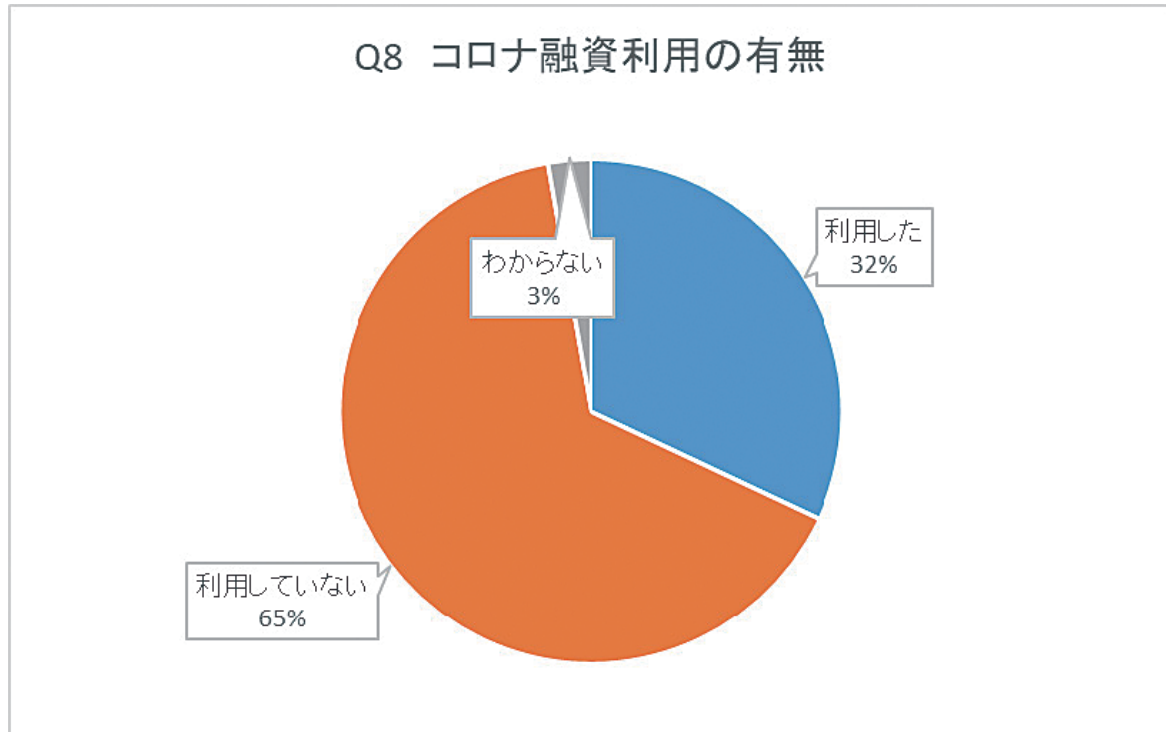


### Q7

人材不足の対策	賃上げ	採用強化	福利厚生の見直し	評価制度の見直し	外注増加	働き方の柔軟化	教育強化	その他	対策できていない	標本数
回答数	69	60	27	18	15	13	9	6	43	165
パーセンテージ	42%	36%	16%	11%	9%	8%	5%	4%	26%	100%

#### (4) コロナ融資について

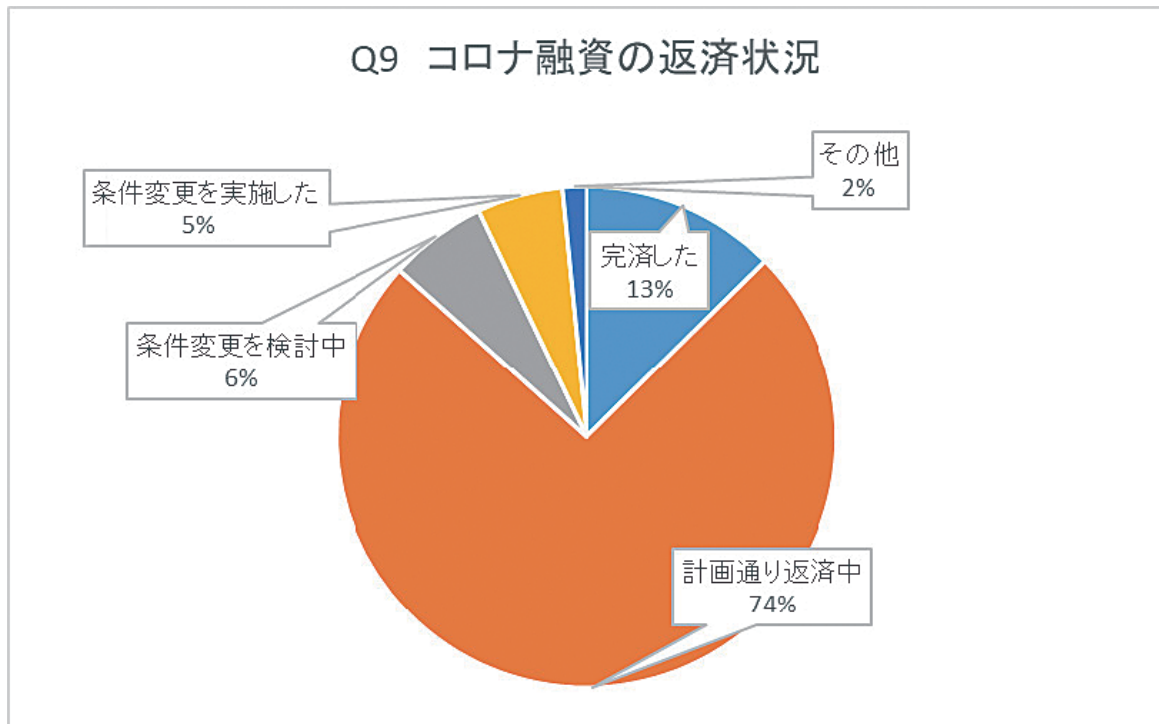
Q 8 (コロナ融資の有無)より、コロナ融資を利用した事業者の割合は32%でした。一方で、コロナ融資を利用しなかった事業者の割合は65%でした。



#### Q 8

コロナ融資の有無	利用した	利用していない	わからない	小 計
回 答 数	127	259	11	397
パーセンテージ	32%	65%	3%	100%

Q9(コロナ融資の返済状況)より、コロナ融資を利用した事業者のうち、完済した事業者の割合は13%でした。計画通り返済している事業者の割合は74%でした。条件変更を検討している事業者の割合は6%、条件変更を既に実施した事業者の割合は5%でした。

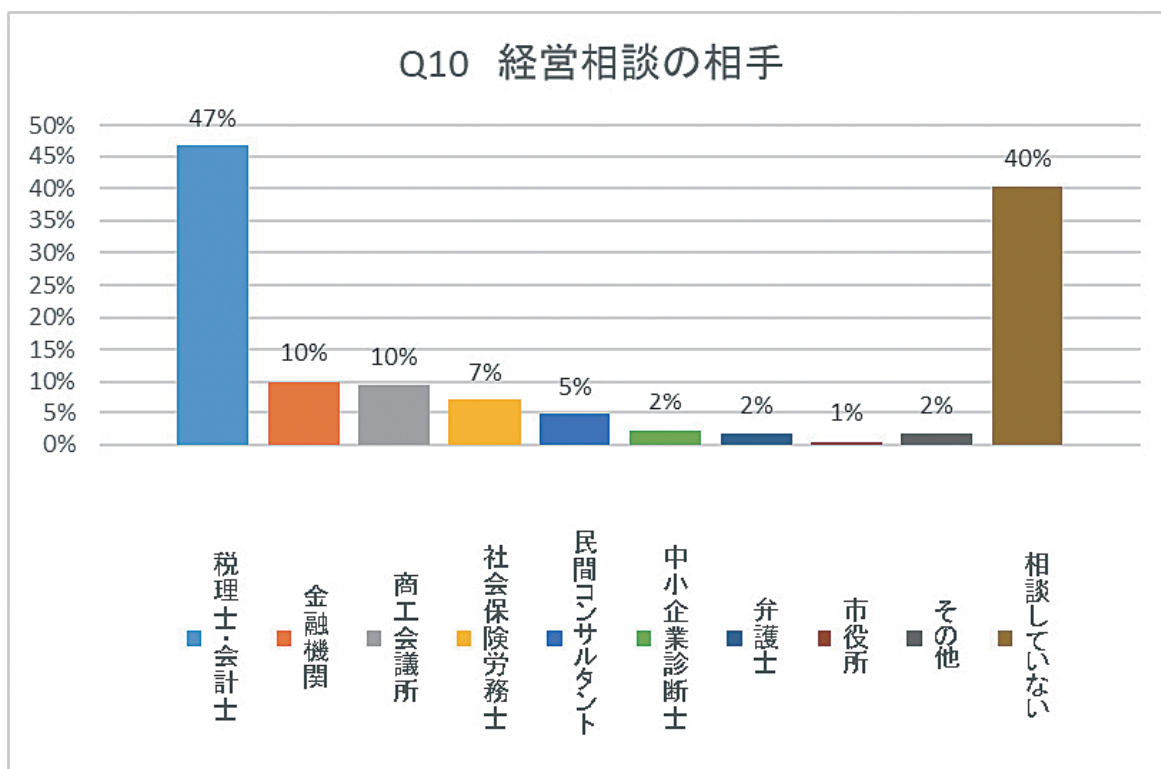


**Q9**

コロナ融資の返済状況	完済した	計画通り返済中	条件変更を検討中	条件変更を実施した	その他	標本数
回答数	16	94	8	7	2	127
パーセンテージ	13%	74%	6%	5%	2%	100%

## (5) 経営相談について

Q10(経営相談の相手)より、経営相談をした相手としては税理士・会計士が47%と最多でした。次いで、金融機関および商工会議所が10%、社会保険労務士が7%、民間コンサルタントが5%、中小企業診断士および弁護士が2%、市役所が1%でした。誰にも相談していない事業者の割合は40%でした。その他では、日本政策公庫、よろず支援拠点などの回答がありました。

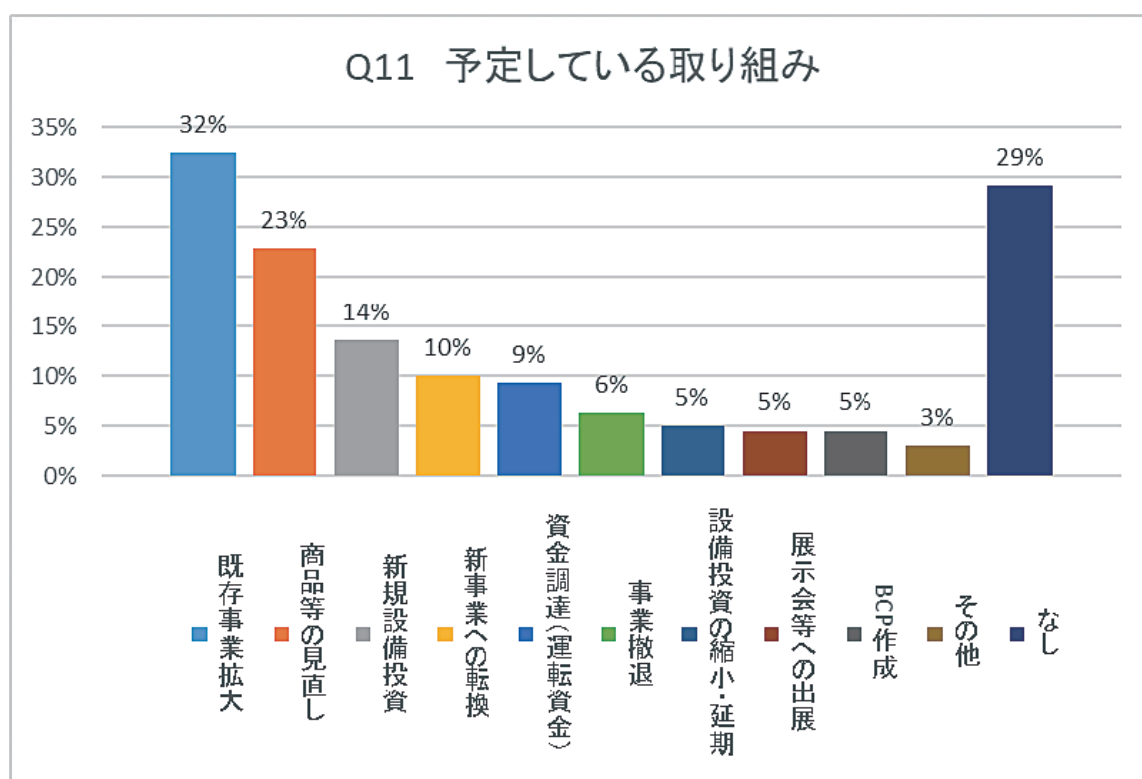


### Q10

相談相手	税理士・会計士	金融機関	商工会議所	社会保険労務士	民間コンサルタント	中小企業診断士	弁護士	市役所	その他	相談していない	標本数
回答数	186	40	38	28	19	9	7	2	7	160	398
パーセンテージ	47%	10%	10%	7%	5%	2%	2%	1%	2%	40%	100%

## (6) 今後の取り組みについて

Q11(今後予定している取り組み)より、既存事業の拡大が32%と最も多く、次いで商品などの見直しが23%でした。事業拡大の取り組みとしては、新規設備投資が14%、新事業への転換が10%でした。事業縮小の取り組みとしては、事業撤退が6%、設備投資の縮小・延期が5%でした。その他では、M&A、販促強化などの回答がありました。

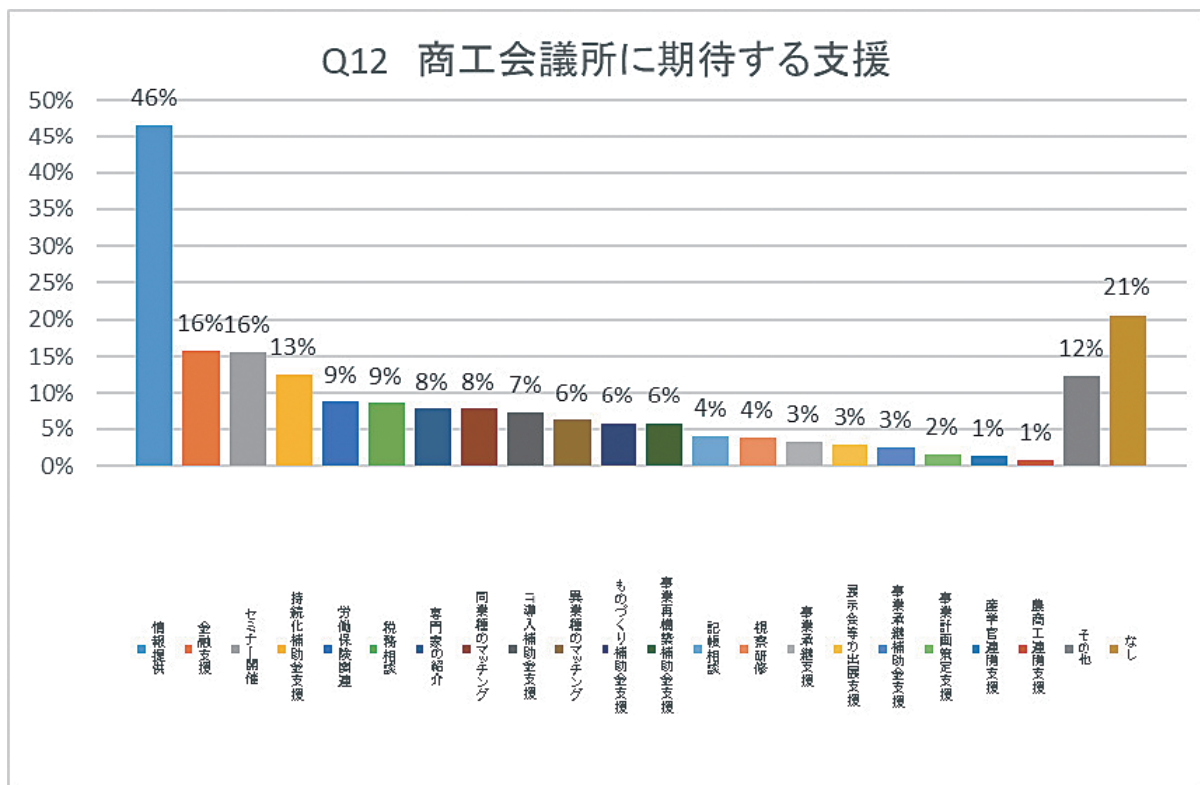


## Q11

予定している 取り組み	既存事業 拡大	商品等の 見直し	新規設備 投資	新事業 への転換	資金調達 (運転資金)	事業撤退	設備投資 の縮小・ 延	展示会等 への出展	B C P 作成	その他	なし	標本数
回答数	129	91	54	40	37	25	20	18	18	12	116	398
パーセンテージ	32%	23%	14%	10%	9%	6%	5%	5%	5%	3%	29%	100%

## (7) 商工会議所への期待と評価

Q12(商工会議所に期待する支援)より、情報提供が46%と最多でした。次いで、金融支援およびセミナー開催が16%でした。補助金関連では、持続化補助金支援が13%、ものづくり補助金支援および事業再構築補助金支援が6%、事業承継補助金支援が3%でした。専門的な分野の支援としては、労働保険関連および税務相談が9%、専門家の紹介が8%でした。マッチング支援としては、同業種のマッチングが8%、異業種のマッチングが6%でした。その他では、新卒採用活動支援、確定申告支援などの回答がありました。



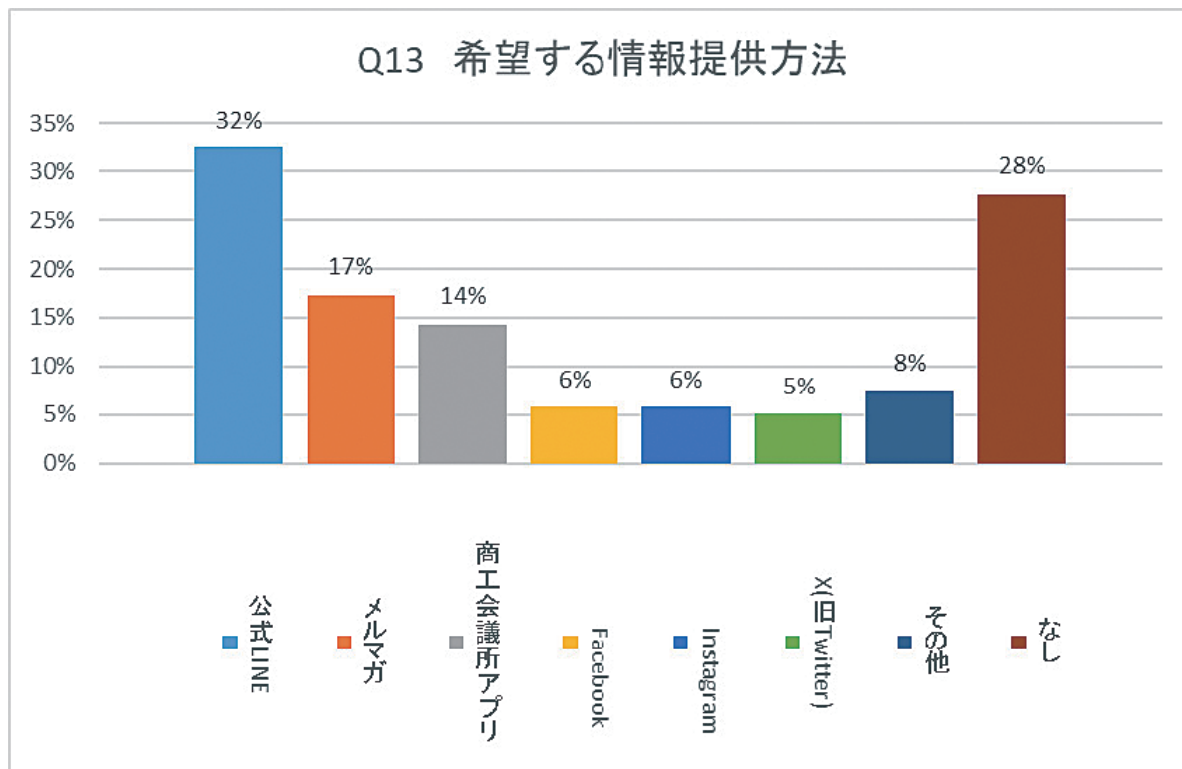
### Q12

商工会議所に期待する支援	情報提供	金融支援	セミナー開催	持続化補助金支援	労働保険関連	税務相談	専門家の紹介	同業種のマッチング	IT導入補助金支援	異業種のマッチング
回答数	185	63	62	50	35	34	31	31	29	25
パーセンテージ	46%	16%	16%	13%	9%	9%	8%	8%	7%	6%

ものづくり補助金支援	事業再構築補助金支援	記帳相談	視察研修	事業承継支援	展示会等への出張支援	事業承継補助金支援	事業計画策定支援	産学官連携支援	農商工連携支援	その他	なし	標本数
23	23	16	15	13	11	10	6	5	3	49	82	398
6%	6%	4%	4%	3%	3%	3%	2%	1%	1%	12%	21%	100%



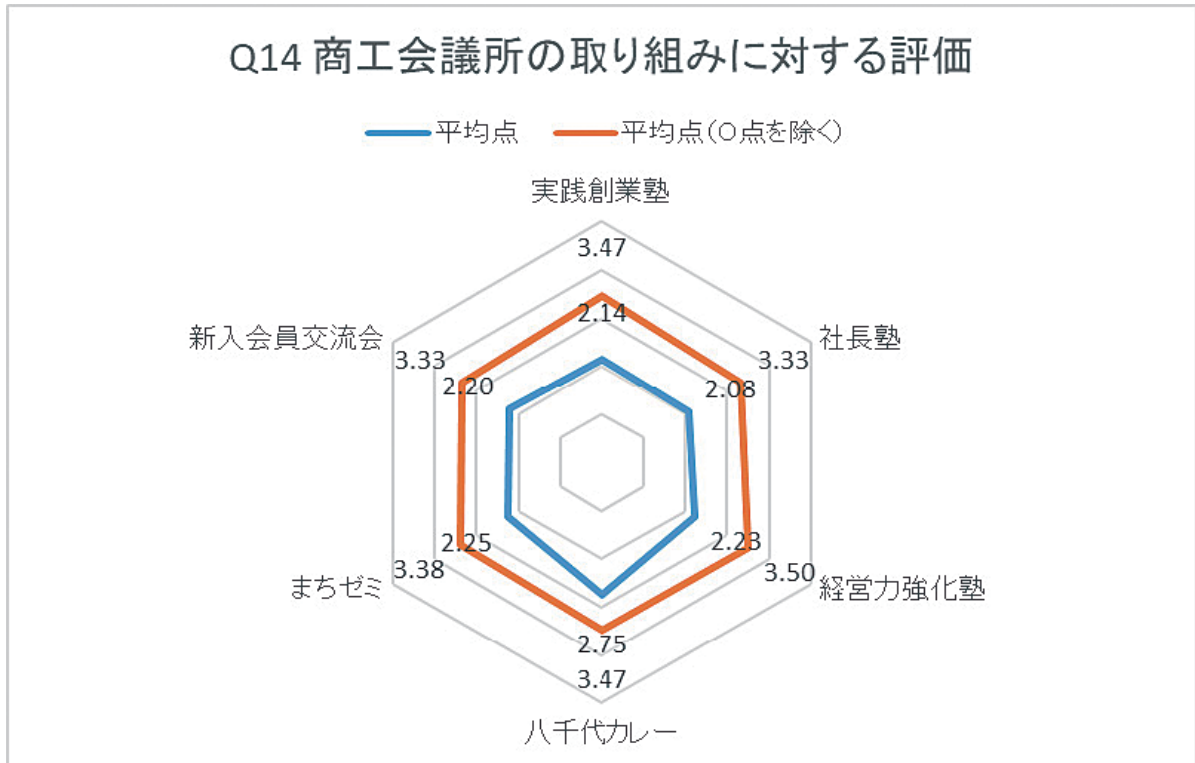
Q13(希望する情報提供方法)より、公式LINEが32%と最も多く、次いでメルマガが17%、商工会議所アプリが14%、FacebookおよびInstagramが6%、X(旧Twitter)が5%でした。その他では、DM、電話などの回答がありました。



### Q13

情報提供方法	公式LINE	メルマガ	商工会議所アプリ	Facebook	Instagram	X(旧Twitter)	その他	なし	標本数
回答数	129	69	57	23	23	20	30	110	398
パーセンテージ	32%	17%	14%	6%	6%	5%	8%	28%	100%

Q14(商工会議所の取り組みに対する評価)より、0点(実施を認知していない)を除く平均点では経営力強化塾が3.50点、実践創業塾および八千代カレーが3.47点、まちゼミが3.38点、社長塾および新入会員交流会が3.33点でした。認知度は八千代カレーが79%と最多でした。



## Q14-①

実践創業塾の評価	0点	1点	2点	3点	4点	5点	小計	平均点	平均点 (0除く)
回 答 数	125	3	23	92	43	40	326	2.14	3.47
パ ー セ ン テ ー ジ	38%	1%	7%	28%	13%	12%	100%		

## Q14-②

社長塾の評価	0点	1点	2点	3点	4点	5点	小計	平均点	平均点 (0除く)
回 答 数	121	9	25	92	42	34	323	2.08	3.33
パ ー セ ン テ ー ジ	37%	3%	8%	28%	13%	11%	100%		

## Q14-③

経営力強化塾の評価	0点	1点	2点	3点	4点	5点	小計	平均点	平均点 (0除く)
回 答 数	118	4	19	94	48	41	324	2.23	3.50
パ ー セ ン テ ー ジ	36%	1%	6%	29%	15%	13%	100%		

## Q14-④

八千代カレーの評価	0点	1点	2点	3点	4点	5点	小計	平均点	平均点 (0除く)
回 答 数	70	6	38	105	57	59	335	2.75	3.47
パ ー セ ン テ ー ジ	21%	2%	11%	31%	17%	18%	100%		

## Q14-⑤

やちよまちゼミの評価	0点	1点	2点	3点	4点	5点	小計	平均点	平均点 (0除く)
回 答 数	109	7	24	107	36	42	325	2.25	3.38
パ ー セ ン テ ー ジ	34%	2%	7%	33%	11%	13%	100%		

## Q14-⑥

新入会員交流会の評価	0点	1点	2点	3点	4点	5点	小計	平均点	平均点 (0除く)
回 答 数	109	7	34	93	39	40	322	2.20	3.33
パ ー セ ン テ ー ジ	34%	2%	11%	29%	12%	12%	100%		

Q15の自由回答については以下のとおりでした。お困りごとがございましたら商工会議所に気兼ねなくお問合せ下さい。

Q15 その他意見	自由コメント	小計
	商工会議所への感謝の言葉	2
	会員の良き相談相手になってほしい	1
	現在1人で仕事をしている状態でアンケート調査に該当するかは疑問ですが参考にして欲しい。	1
	人材紹介等横のつながりの強化	1
	資金支援等の情報が欲しい	1
	新しく入会した為評価ができず申し訳ない。今後ともよろしくお願い致します	1
	八千代市税収アップ策 八千代市内企業・事業者の購入品買物は市内業者を利用すれば消費税が八千代市に入る（千葉市等は市長役所商工会広報で市内業者を推奨している）	1
	やちパンの取り組みは素晴らしい。地域と企業が協力できりがいいがあった。今後も継続希望。	1
	当社社長82才、アルバイトで高齢者が1人、外注先が10社程、後継者がおらず、今のままでやれるだけやり、もしもの時はお客様に迷惑がかからない様外注先を繋いでいきたい。	1
	オンライン回答は、郵送料金の節減にもなり合理的だ。	1
	カレーをやめて八千代市グルメスタンプラリー（地産地消の食材を使ったイベントなど）がいいと思います。	1
	会員増強等で協力関係が構築できれば、嬉しい。	1
	商工会議所も会費を上げた方がいいんじゃないか？	1
	経営巡回指導の充実化、既存取組事業の見直し、職員人財の高度化、財政基盤の充実化	1

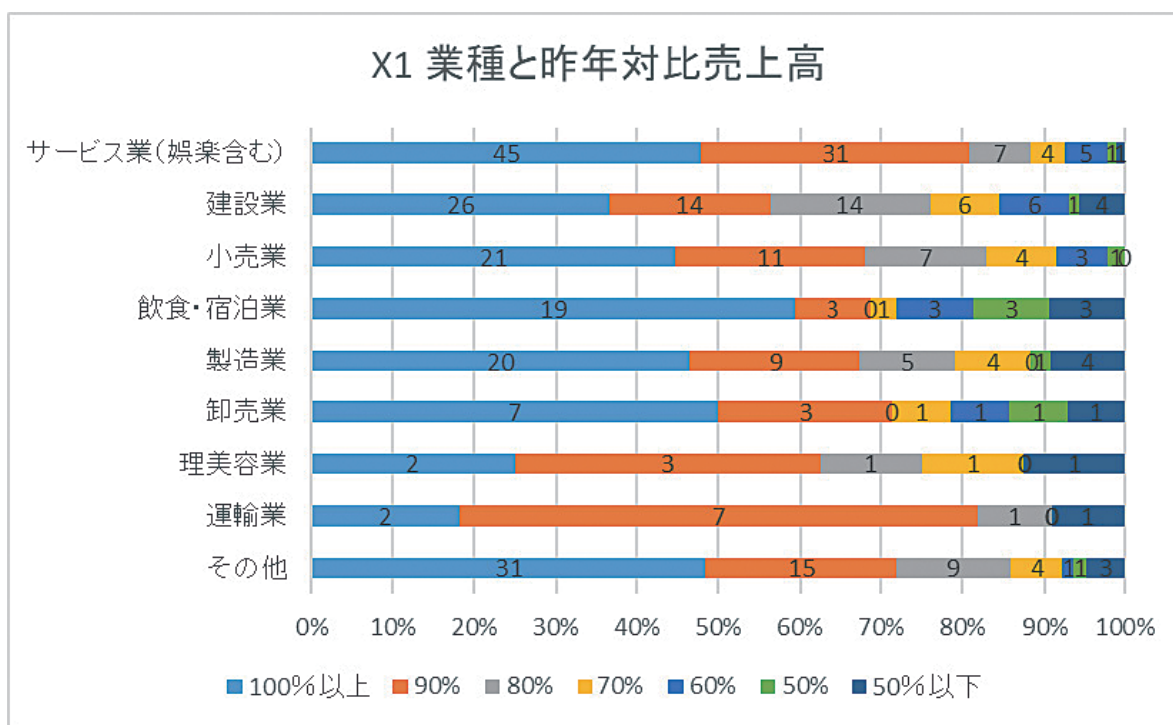
### 3 クロス集計による分析

アンケートの調査結果をもとに、業種や従業員数などの事業規模の観点から実施している対策や今後予定している取り組み内容についてクロス集計による分析を実施しました。

#### (1) 業種や従業員数と売上増減

##### ① 業種と売上増減

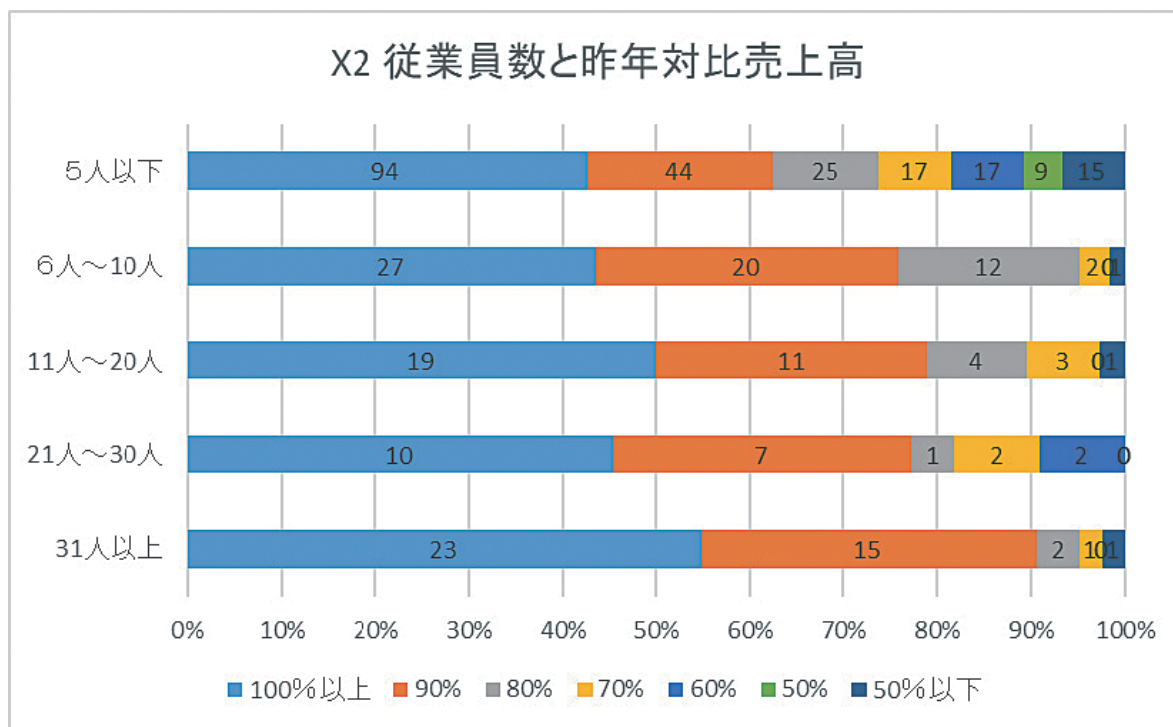
昨年度対比売上高が100%を超えた業種は飲食・宿泊業が59%と最も多く、次いで卸売業が50%、サービス業が48%でした。100%を超えた割合が最も少なかった業種は運輸業で18%でした。50%および50%以下の割合が最も多かった業種は飲食・宿泊業で18%でした。



業種と売上増減		Q 3 昨年対比売上対比							小 計
		100%以上	90%	80%	70%	60%	50%	50%以下	
Q 2 主たる業種	サービス業(娯楽含む)	45	31	7	4	5	1	1	94
		48%	33%	7%	4%	5%	1%	1%	100%
	建設業	26	14	14	6	6	1	4	71
		37%	20%	20%	8%	8%	1%	6%	100%
	小売業	21	11	7	4	3	1	0	47
		45%	23%	15%	9%	6%	2%	0%	100%
	飲食・宿泊業	19	3	0	1	3	3	3	32
		59%	9%	0%	3%	9%	9%	9%	100%
	製造業	20	9	5	4	0	1	4	43
		47%	21%	12%	9%	0%	2%	9%	100%
	卸売業	7	3	0	1	1	1	1	14
		50%	21%	0%	7%	7%	7%	7%	100%
	理美容業	2	3	1	1	0	0	1	8
		25%	38%	13%	13%	0%	0%	13%	100%
	運輸業	2	7	1	0	0	0	1	11
		18%	64%	9%	0%	0%	0%	9%	100%
その他	31	15	9	4	1	1	3	64	
	48%	23%	14%	6%	2%	2%	5%	100%	
小計	173	96	44	25	19	9	18	384	
	45%	25%	11%	7%	5%	2%	5%	100%	

## ②従業員数と売上増減

昨年度対比売上が100%を超えた事業規模では、31人以上が55%と最多でした。売上高の増加状況としては、11人～20人の事業者が21人～30人を上回っているものの、全体的な傾向として、従業員規模が多いほど昨年度対比売上が増加していました。昨年度対比売上が50%および50%以下の事業規模は5人以下が最も多く、11%でした。

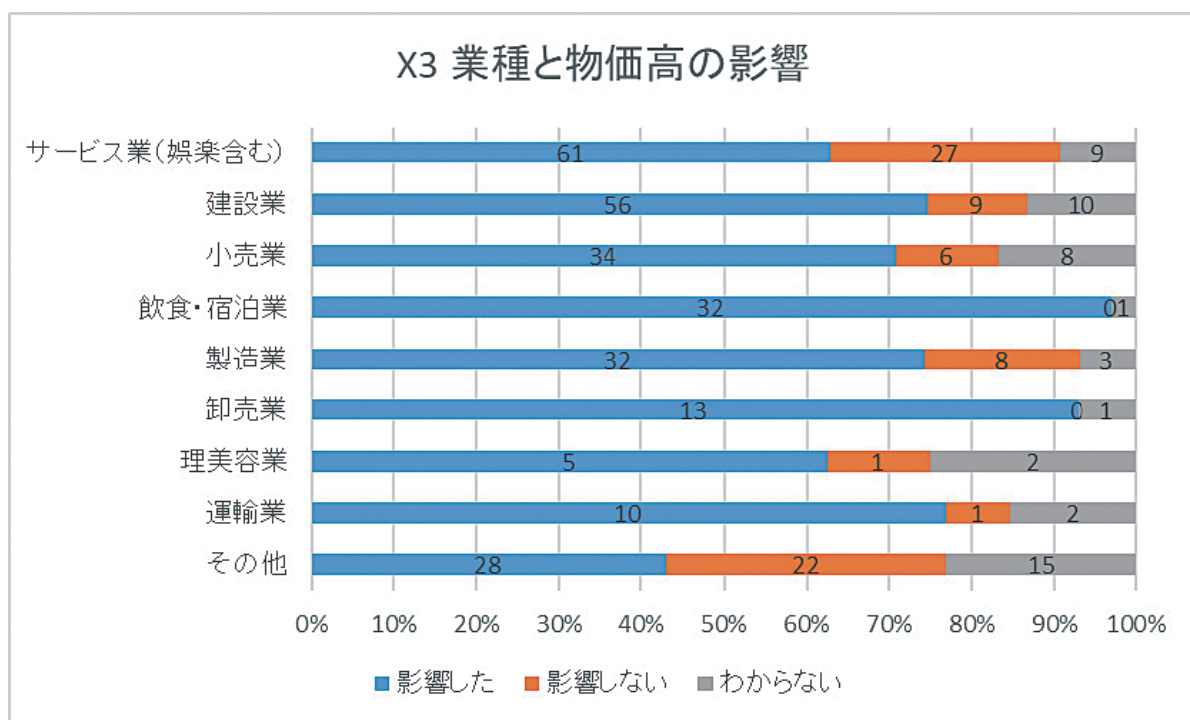


従業員数と売上増減		Q 3 昨年対比売上高							小計
		100%以上	90%	80%	70%	60%	50%	50%以下	
Q 1 従業員数	5人以下	94	44	25	17	17	9	15	221
		43%	20%	11%	8%	8%	4%	7%	100%
	6人～10人	27	20	12	2	0	0	1	62
		44%	32%	19%	3%	0%	0%	2%	100%
	11人～20人	19	11	4	3	0	0	1	38
		50%	29%	11%	8%	0%	0%	3%	100%
	21人～30人	10	7	1	2	2	0	0	22
		45%	32%	5%	9%	9%	0%	0%	100%
31人以上	23	15	2	1	0	0	1	42	
	55%	36%	5%	2%	0%	0%	2%	100%	
小計	173	97	44	25	19	9	18	385	
	45%	25%	11%	6%	5%	2%	5%	100%	

## (2) 経営資源に対する影響

### ①業種別の物価高の影響

物価高の影響を受けた業種は飲食・宿泊業が97%と最も多く、次いで卸売業が93%、運輸業が77%でした。その他の業種の割合は43%と半数を下回りましたが、多くの業種で物価高の影響が発生しました。物価高の影響が最も少ない業種はサービス業で28%でした。

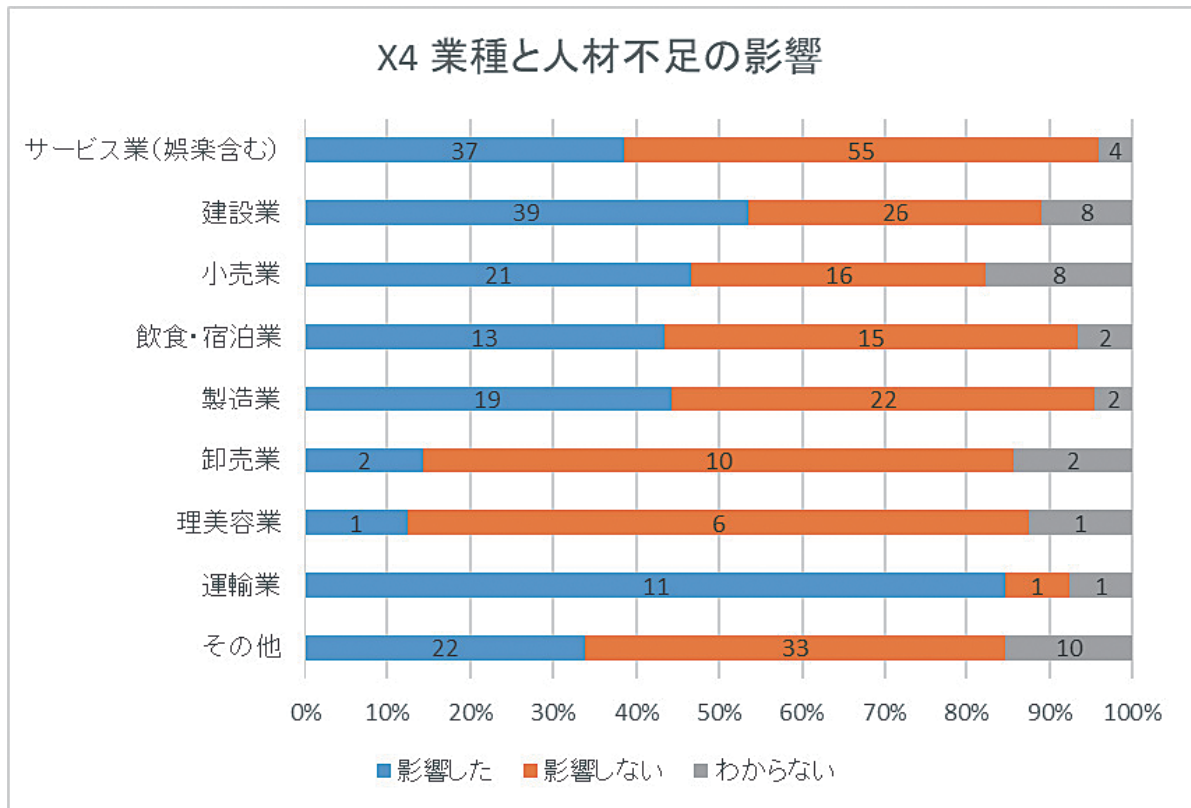


業種と物価高の影響		Q 4 物価高の影響			小 計
		影響した	影響しない	わからない	
Q 2 主たる業種	サービス業(娯楽含む)	61	27	9	97
		63%	28%	9%	100%
	建設業	56	9	10	75
		75%	12%	13%	100%
	小売業	34	6	8	48
		71%	13%	17%	100%
	飲食・宿泊業	32	0	1	33
		97%	0%	3%	100%
	製造業	32	8	3	43
		74%	19%	7%	100%
	卸売業	13	0	1	14
		93%	0%	7%	100%
	理美容業	5	1	2	8
		63%	13%	25%	100%
運輸業	10	1	2	13	
	77%	8%	15%	100%	
その他	28	22	15	65	
	43%	34%	23%	100%	
小計	271	74	51	396	
	68%	19%	13%	100%	



## ②業種別の人材不足の影響

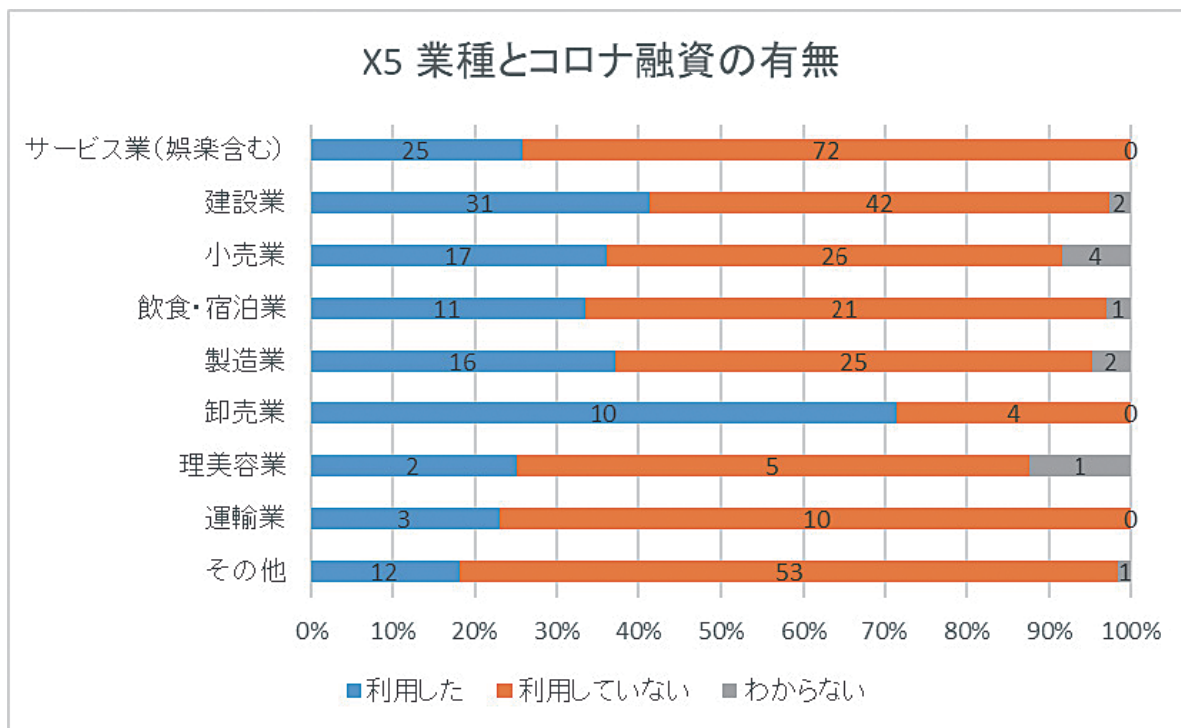
人材不足の影響を受けた業種は運輸業が85%と最多でした。次いで、建設業が53%でしたが、最も影響を受けた運輸業とは32ポイントの大きな差がありました。人材不足の影響が少ない業種は理美容業が13%、卸売業が14%でした。人材不足の影響は業種によってばらつきがある結果でした。



業種と人材不足の影響		Q 6 人材不足の影響			
		影響した	影響しない	わからない	小 計
Q 2 主たる業種	サービス業(娯楽含む)	37	55	4	96
		39%	57%	4%	100%
	建設業	39	26	8	73
		53%	36%	11%	100%
	小売業	21	16	8	45
		47%	36%	18%	100%
	飲食・宿泊業	13	15	2	30
		43%	50%	7%	100%
	製造業	19	22	2	43
		44%	51%	5%	100%
	卸売業	2	10	2	14
		14%	71%	14%	100%
	理美容業	1	6	1	8
		13%	75%	13%	100%
運輸業	11	1	1	13	
	85%	8%	8%	100%	
その他	22	33	10	65	
	34%	51%	15%	100%	
小計	165	184	38	387	
	43%	48%	10%	100%	

### ③業種別のコロナ融資の利用

コロナ融資を利用した業種は卸売業が71%で最多でした。次いで、建設業が41%でしたが、最も利用率の高い卸売業とは30ポイントの差がありました。コロナ融資の利用率が低い業種は運輸業が23%、理美容業が25%でした。

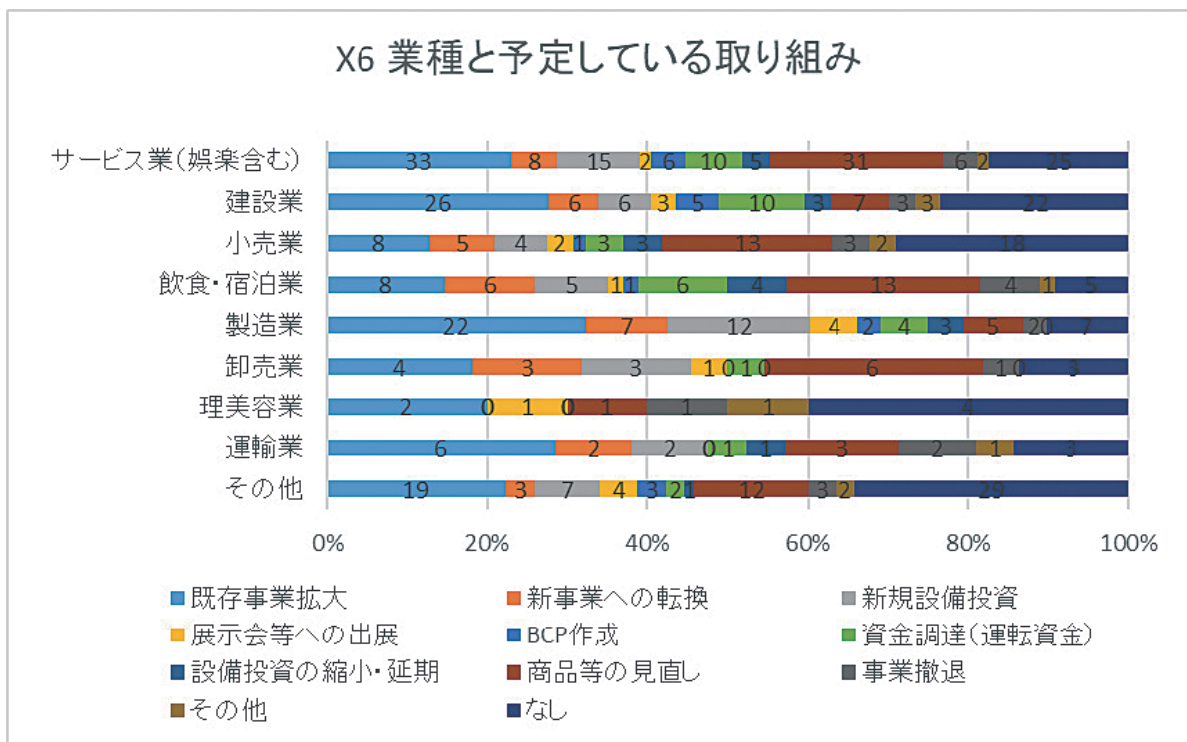


業種とコロナ融資の利用		Q 8 コロナ融資の有無			小 計
		利用した	利用していない	わからない	
Q 2 主たる業種	サービス業(娯楽含む)	25	72	0	97
		26%	74%	0%	100%
	建設業	31	42	2	75
		41%	56%	3%	100%
	小売業	17	26	4	47
		36%	55%	9%	100%
	飲食・宿泊業	11	21	1	33
		33%	64%	3%	100%
	製造業	16	25	2	43
		37%	58%	5%	100%
	卸売業	10	4	0	14
		71%	29%	0%	100%
	理美容業	2	5	1	8
		25%	63%	13%	100%
運輸業	3	10	0	13	
	23%	77%	0%	100%	
その他	12	53	1	66	
	18%	80%	2%	100%	
小計	127	258	11	396	
	32%	65%	3%	100%	

### (3) 今後の取り組み

#### ①業種別の予定している取り組み

業種別の今後予定している取り組みは既存事業の拡大が多く、それ以外ではサービス業は商品等の見直しが32%、建設業は資金調達13%、小売業は商品等の見直しが27%、製造業は新規設備投資が28%、卸売業は商品等の見直しが43%、理美容業は商品等の見直しが13%、運輸業は商品等の見直しが23%でした。全体的に既存事業の拡大を中心に取り組みや商品等の見直しを行う傾向が見られました。特に予定していない業種では、理美容業が50%と最多でした。



業種と 予定している取り組み		Q11 予定している取り組み												
		既 事 拡	存 業 大	新 事 業 の 換	新 規 投 資	展 示 の 展 等 出	B C P 成 作	資 調 ( 運 資 金)	金 達 転 延	設 投 資 の 小 期	商 等 見 直 し	事 業 退	そ の 他	な し
Q 2 主 たる 種 業	サービス業 (娯楽含む)	33 34%	8 8%	15 15%	2 2%	6 6%	10 10%	5 5%	31 32%	6 6%	2 2%	25 26%	97 100%	
	建設業	26 35%	6 8%	6 8%	3 4%	5 7%	10 13%	3 4%	7 9%	3 4%	3 4%	22 29%	75 100%	
	小売業	8 17%	5 10%	4 8%	2 4%	1 2%	3 6%	3 6%	13 27%	3 6%	2 4%	18 38%	48 100%	
	飲食・ 宿泊業	8 24%	6 18%	5 15%	1 3%	1 3%	6 18%	4 12%	13 39%	4 12%	1 3%	5 15%	33 100%	
	製造業	22 51%	7 16%	12 28%	4 9%	2 5%	4 9%	3 7%	5 12%	2 5%	0 0%	7 16%	43 100%	
	卸売業	4 29%	3 21%	3 21%	1 7%	0 0%	1 7%	0 0%	6 43%	1 7%	0 0%	3 21%	14 100%	
	理美容業	2 25%	0 0%	0 0%	1 13%	0 0%	0 0%	0 0%	1 13%	1 13%	1 13%	4 50%	8 100%	
	運輸業	6 46%	2 15%	2 15%	0 0%	0 0%	1 8%	1 8%	3 23%	2 15%	1 8%	3 23%	13 100%	
	その他	19 29%	3 5%	7 11%	4 6%	3 5%	2 3%	1 2%	12 18%	3 5%	2 3%	29 44%	66 100%	
	小計	128 32%	40 10%	54 14%	18 5%	18 5%	37 9%	20 5%	91 23%	25 6%	12 3%	116 29%	397 100%	

## 4 調査結果の総評

### (1) アンケート総評

#### ①売上高の増減について

今回のアンケート調査では、昨年度対比売上高が100%以上の事業者の割合は45%と約半数近くの事業者の売上高が増加しました。業種別では、飲食・宿泊業の59%は昨年度対比売上高が100%以上でした。飲食・宿泊業はコロナウイルスの影響が大きかったことから、増加した割合が多かったと推察されます。事業規模別では全体的に従業員数の多い事業者の売上高の方が増加傾向にありました。

#### ②物価高の影響について

物価高の影響を受けた事業者は全体の68%でした。2022年頃からの世界情勢の変化による原材料不足やエネルギー価格高騰の影響を受けたことが原因であると考えられます。業種別では飲食・宿泊業、卸売業、運輸業や建設業などの割合が高く、食品、資材、エネルギーなど幅広い品目における価格高騰が経営に影響を及ぼしていることが伺えます。

物価高の対策としては、値上げやコスト削減などを行っている事業者が多い結果でした。コストダウンの取り組みは必須ですが、経営を持続させる上では適正な値上げも必須と言えます。従来はコストダウンを優先して価格を維持していた大企業であっても、2023年は様々な業種・業界で値上げが実施されました。値上げをすることで顧客離反を引き起こすリスクが上昇するという考え方もありますが、コストが上昇する中で販売価格を維持するという事は、今まで以上に販売数量を増加させる必要があるということです。自社のコスト増加分を販売数量でカバーすることができるかどうか、正確な分析と意思決定を行うことが必要です。

#### ③人材不足の影響について

人材不足の影響を受けた事業者は全体の42%でした。人材不足は様々な業界で影響が発生していますが、物価高の影響と比較すると特定の業種に偏っている結果でした。特に、運輸業では85%が影響を受けていました。背景には、EC利用の増加によって個人宅への配送が増加したことによる配達件数の増加、再配達や時間指定などの増加による生産性の低下、労働条件などの複合的な要因から運輸業界において人材不足の影響が発生していると考えられます。

人材不足への対策としては、賃金増加や福利厚生の見直しなどの待遇面の取り組みと採用強化や人材育成などの人事面の取り組みの大きく2つ分かれた傾向がありました。昨今の賃金引き上げの流れを踏まえると、一定の賃金引き上げは必須であると言えます。しかし、採用強化の一環で過剰な賃上げ競争には注意が必要です。好条件で採用した人材は、さらに好条件の職があれば離職につながる可能性が高いからです。

人材採用では事前に求める人材像を設定し、ミスマッチや早期離職を防ぐなどの対策が

効果的です。人材育成では個人任せにすることなく、育成計画を立案することが望ましいと考えられています。育成実行後にはフィードバックを行うことで動機づけを行うことで、長期的な離職率の低減が期待できます。

#### ④今後の取り組みについて

2024年に予定している取り組みとしては、既存事業の拡大や商品の見直しが多い結果でした。コロナウイルスの影響も一段落したことから、基盤となる既存事業の安定化を目指している傾向が強いと言えそうです。また、顧客ニーズは常に変化していることから、商品・サービスの見直しについても必須な取り組みであると考えられます。

新規事業への転換は10%と、一部の事業者からの回答に留まりました。コロナ禍においては、外出自粛や屋外での活動が増加したことから新たな生活様式に対応した事業に取り組む傾向が見られましたが、現在はコロナ前の生活に戻りつつあることから既存事業に原点回帰していると考えられます。

原材料やエネルギー価格などの高騰は、収益面で大きな影響を及ぼしています。コスト増に対して収益を維持するためには、販売価格の見直しや生産性の向上は待った無しの状況と言えます。また、持続的に事業を行うためには人材の確保および中期的な観点での育成も大きな課題になっています。

コロナ禍においては、経営資源のカネに関する相談が多く見受けられましたが、この1年は価格見直しや人材採用・育成に関する相談が増加傾向にあります。事業者の経営課題は多岐に渡りますが、自社の現状をしっかりと分析してから目的を明確にして課題解決に取り組むことが望ましいと考えます。また、目的や目標を経営者の頭の中だけに留めておくのではなく、しっかりと社内で共有することで組織力を向上させることが期待できます。そのためには、自社の経営計画の数値化や言語化を行い、定期的に情報共有することを心がけていきたいと思います。



Q 8. コロナ禍で、コロナ特別融資は利用しましたか？

- ①はい      ②いいえ    ③わからない  
(Q 9 へ)                      (Q10 へ)

Q 9. Q 8で「①はい」と回答した方は、どのような状況ですか？（複数回答）

- ①完済した      ②計画通り返済中      ③返済内容の条件変更を検討  
④返済内容の条件変更済み      ⑤その他(                      )

Q10. 経営に関する相談をどこ(誰)にしましたか？（複数回答）

- ①税理士・会計士      ②中小企業診断士      ③民間コンサルタント  
④社労士      ⑤弁護士      ⑥金融機関  
⑦市役所      ⑧商工会議所  
⑨その他公的機関(                      )      ⑩相談していない

Q11. 2024年の1年間で、事業に関して今後予定している取り組みはありますか？  
(複数回答)

- ①既存事業の拡大      ②新たな事業への業態転換  
③新規設備投資      ④商談会や展示会への出展  
⑤BCP（事業継続力強化計画）作成      ⑥資金調達による資金繰りの改善  
⑦設備投資の縮小・延期      ⑧商品・サービスの提供方法見直し  
⑨事業の撤退(一部含む)      ⑩その他(                      )  
⑪なし

Q12. 商工会議所に期待する支援はありますか？（複数回答）

- ①情報提供      ②記帳相談      ③税務相談      ④金融支援  
⑤労働保険関連    ⑥セミナーの実施    ⑦専門家の紹介    ⑧事業承継支援  
⑨補助金申請の支援  
(小規模事業者持続化補助金    ものづくり補助金    IT 導入補助金  
事業再構築補助金    事業承継補助金)  
⑩事業計画策定支援    ⑪商談会・展示会等への出展支援  
⑫マッチング支援  
(同業種    異業種    産学官連携    農商工連携)  
⑬視察研修      ⑭その他(                      )      ⑮なし





2023年度  
経営状況アンケート調査報告書

---

---

令和6年3月15日発行

発行 八千代商工会議所  
〒276-0033 千葉県八千代市八千代台南1-11-6

調査 株式会社ローカルカンパニー  
中小企業診断士 伊藤 隆光  
〒267-0053 千葉県千葉市緑区高津戸町747-118

---

---