

令和6年度 経営課題アンケート調査 調査結果について

■実施目的 会員企業を取り巻く経済環境が変化中、会員が抱える経営課題を把握すると共に、会議所活動に対する意見・要望等を把握し、今後の会議所活動に活かすことを目的に実施。

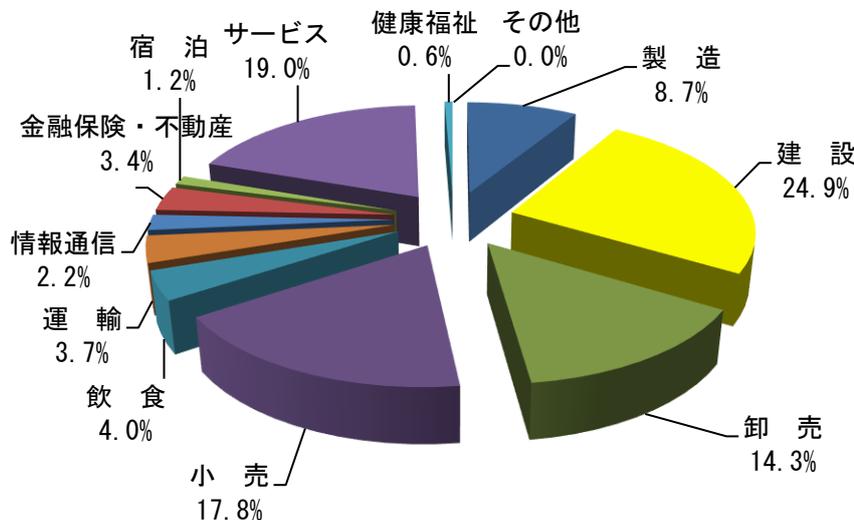
■実施期間 令和6年10月10日（木）～令和6年11月22日（金）

■実施方法 会議所議員、部会幹事、小規模事業者（マル経利用者）、特定商工業者の当所会員を対象に郵送し、その後、FAXにて再送付して回答をいただいた。

依頼事業所数 700社
回収事業所数 321社（回収率45.9%）
（大手企業・金融機関等を除く）

※前回依頼事業所数800社、回収数411社（回収率51.4%）

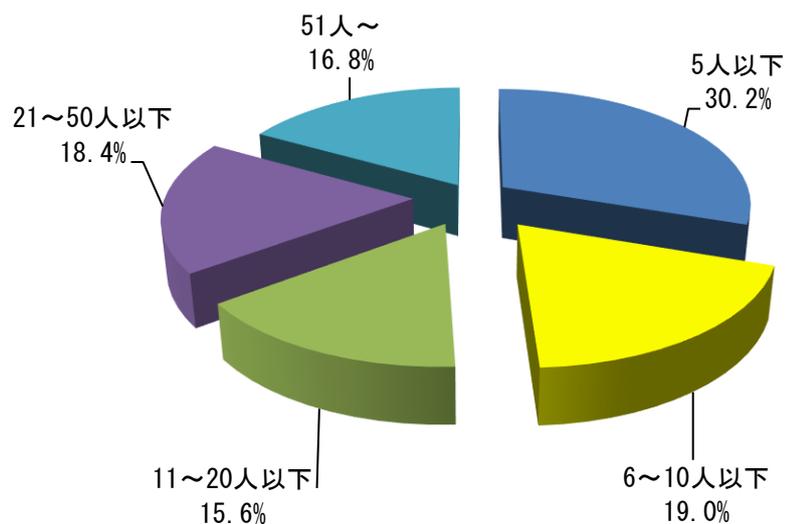
■業種構成



調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報通信	金融保険・不動産	宿泊	サービス	健康福祉	その他	計
6年度	28 (8.7%)	80 (24.9%)	46 (14.3%)	57 (17.8%)	13 (4.0%)	12 (3.7%)	7 (2.2%)	11 (3.4%)	4 (1.2%)	61 (19.0%)	2 (0.6%)	0 (0.0%)	321 (100%)
5年度	40 (9.7%)	116 (28.2%)	59 (14.4%)	66 (16.1%)	15 (3.6%)	16 (3.9%)	8 (1.9%)	16 (3.9%)	7 (1.7%)	62 (15.1%)	4 (1.0%)	2 (0.5%)	411 (100%)

※数値…回答数（割合%）

■従業員規模



従業員規模	0~5人以下	6~10人以下	11~20人以下	21~50人以下	51人~	計
回答数	97	61	50	59	54	321
割合%	30.2%	19.0%	15.6%	18.4%	16.8%	100

■調査内容

- ・年間売上の推移について
- ・経常利益の推移について
- ・直面する経営課題について
- ・課題に対する対応策について
- ・人手不足について ※新規
- ・価格転嫁について ※新規
- ・今後望む経営支援について
- ・電子帳簿保存法について
- ・国や県、市へ期待する事業や提案について
- ・一層の強化を希望する事業、意見・要望（DX化等を含む）について

【調査結果の概要】

1. 今年度の売上見通しを5年度（2023年4月～2024年3月）と比較

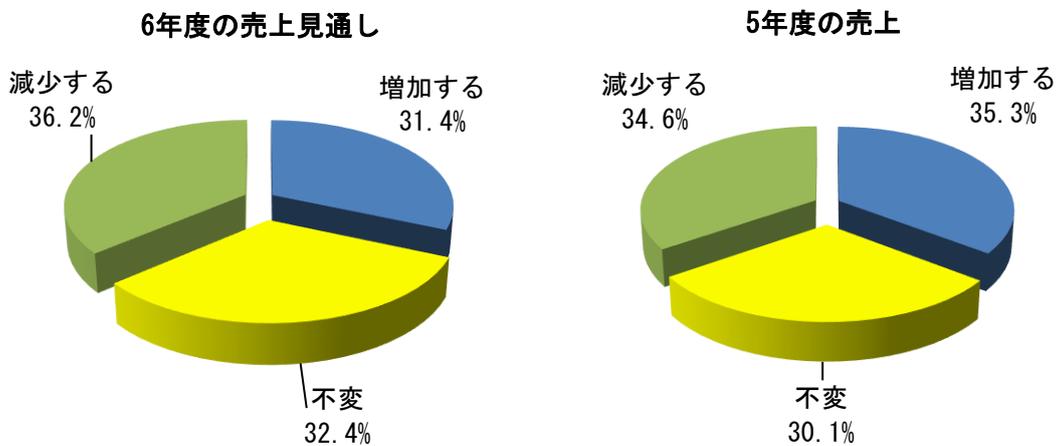
（※法人は決算期ではなく上記期間の売上比較、個人は1月～12月期の売上比較）

売上増加が31.4%と前年比で減少、売上減少が36.2%と前年比で微増

今年度の売上（見通し）は、増加するとの回答は31.4%、不変が32.4%、減少するが36.2%で、減少するとの回答が昨年度に引続き、3割超えの結果となった。

前年調査比では、増加するとの回答が3.9ポイント減、減少するが1.6ポイント増となったが、不変との回答が2.3ポイント増となった。

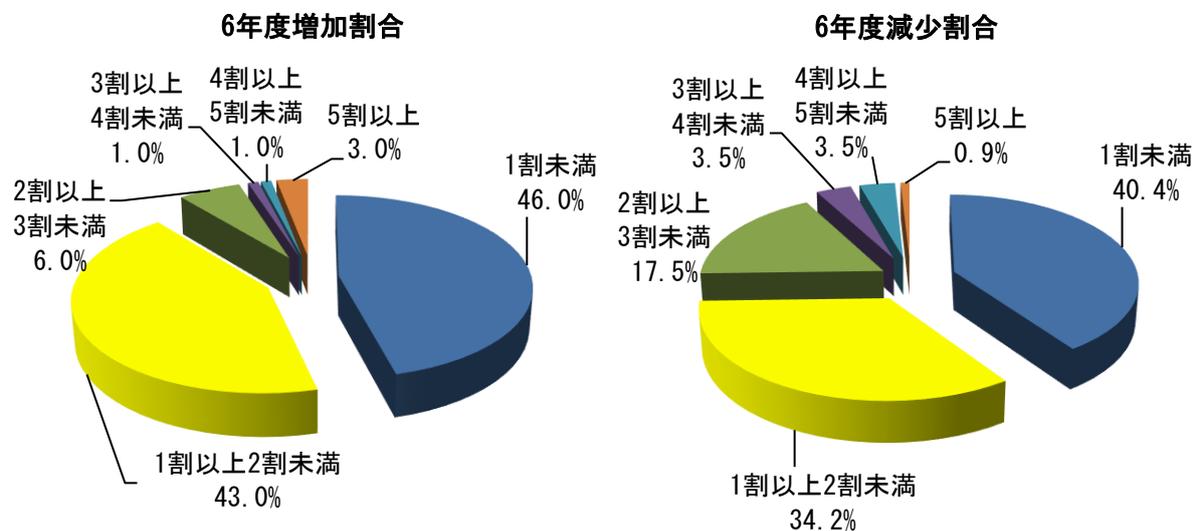
減少するとの回答の売上減少割合は、1割未満が40.4%、1割以上2割未満が34.2%、2割以上3割未満が17.5%、3割以上4割未満が3.5%、4割以上5割未満が3.5%、5割以上が0.9%となった。



今年度の売上見通し

調査年度	増加する	不変	減少する	計
6年度	100 (31.4%)	103 (32.4%)	115 (36.2%)	318 (100%)
5年度	144 (35.3%)	123 (30.1%)	141 (34.6%)	408 (100%)

※数値…回答数（割合%）、未回答分を含まない



○売上増加割合

調査年度	1割未満	1割以上 2割未満	2割以上 3割未満	3割以上 4割未満	4割以上 5割未満	5割以上	計
6年度	46 (46.0%)	43 (43.0%)	6 (6.0%)	1 (1.0%)	1 (1.0%)	3 (3.0%)	100 (100%)
5年度	49 (34.5%)	59 (41.5%)	18 (12.7%)	5 (3.5%)	4 (2.8%)	7 (5.0%)	142 (100%)

○売上減少割合

調査年度	1割未満	1割以上 2割未満	2割以上 3割未満	3割以上 4割未満	4割以上 5割未満	5割以上	計
6年度	46 (40.4%)	39 (34.2%)	20 (17.5%)	4 (3.5%)	4 (3.5%)	1 (0.9%)	114 (100%)
5年度	59 (41.8%)	46 (32.6%)	19 (13.5%)	12 (8.5%)	4 (2.8%)	1 (0.7%)	141 (100%)

※数値…回答数(割合%)、未回答分を含まない

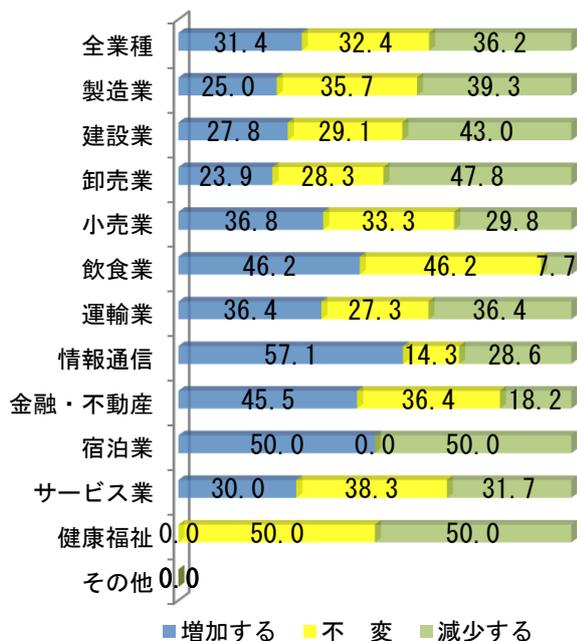
■業種別売上

情報通信、宿泊業では増加する、健康福祉、卸売業では減少するとの回答が多い

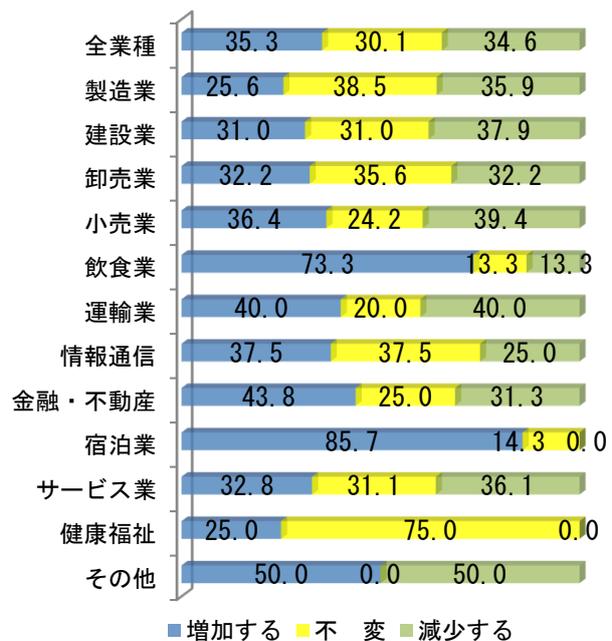
業種別で、売上が増加すると回答が多かったのは情報通信 57.1%(前年調査比 19.6ポイント増)をはじめ、宿泊業 50.0%(同 35.7ポイント減)、飲食業 46.2%(同 27.1ポイント減)の順となった。

また、売上が減少するとの回答が多かったのは健康福祉 50.0%(同 50.0ポイント増)をはじめ、卸売業 47.8%(同 15.6ポイント増)、宿泊業 50.0%(同 50.0ポイント増)となった。

6年度業種別売上



5年度業種別売上

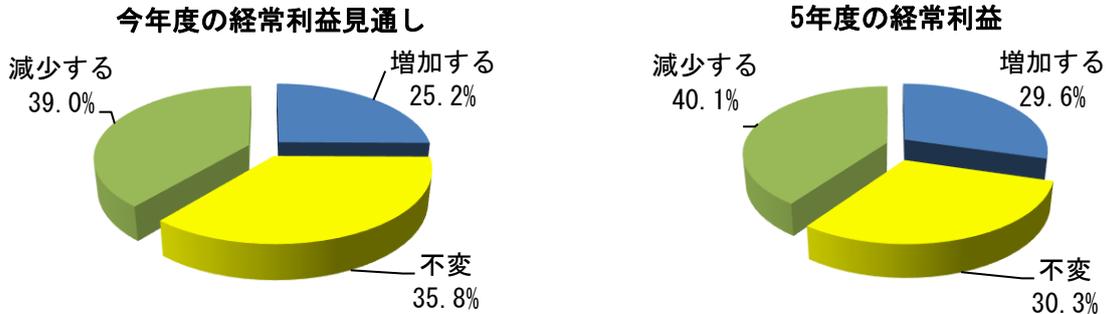


2. 今年度の経常利益見通しを5年度と比較（個人事業所は、所得金額）

経常利益増加が25.2%と前年比で減少、経常利益減少が39.0%と前年比で微減

今年度の経常利益見通しは、増加するとの回答は25.2%、不変が35.8%、減少するが39.0%となった。

前年調査比では、増加するとの回答が4.4ポイント減、減少するが1.1ポイント減となるが、物価高騰等による利益の減少が会員企業の経営に影響を及ぼしている結果となった。



調査年度	増加する	不 変	減少する	計
6年度	80 (25.2%)	114 (35.8%)	124 (39.0%)	318 (100%)
5年度	121 (29.6%)	124 (30.3%)	164 (40.1%)	409 (100%)

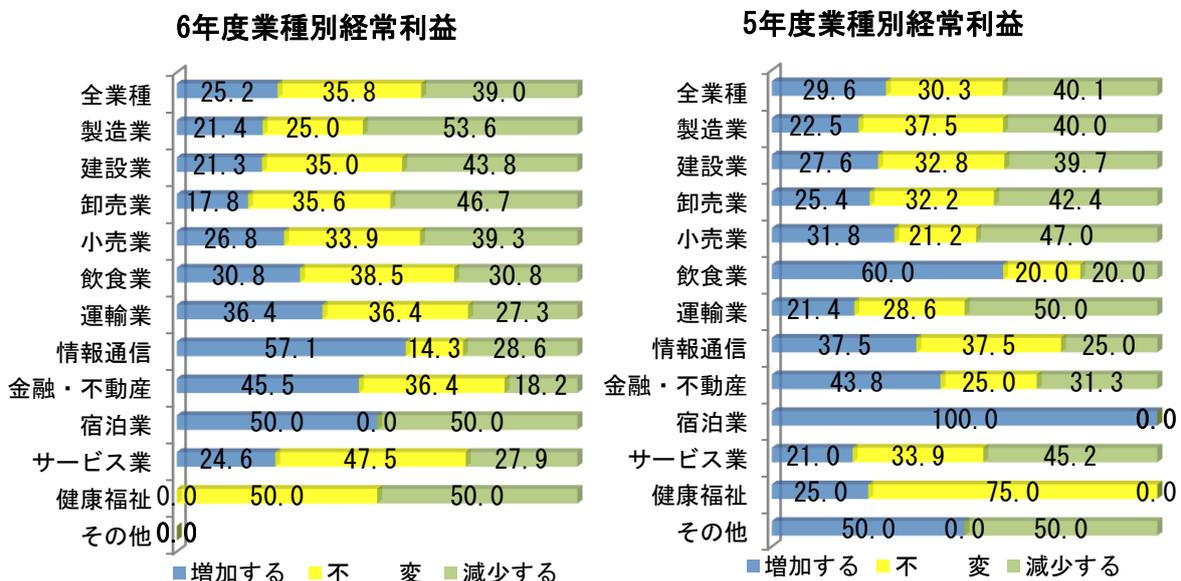
※数値…回答数（割合%）、未回答分を含まない

■業種別経常利益

情報通信、宿泊業では増加する、製造業、健康福祉では減少するとの回答が多い

業種別で、経常利益が増加すると回答が多かったのは情報通信 57.1%（前年調査比 19.6ポイント増）をはじめ、宿泊業 50.0%（同 50.0ポイント減）、金融・不動産 45.5%（同 1.7ポイント増）の順となった。

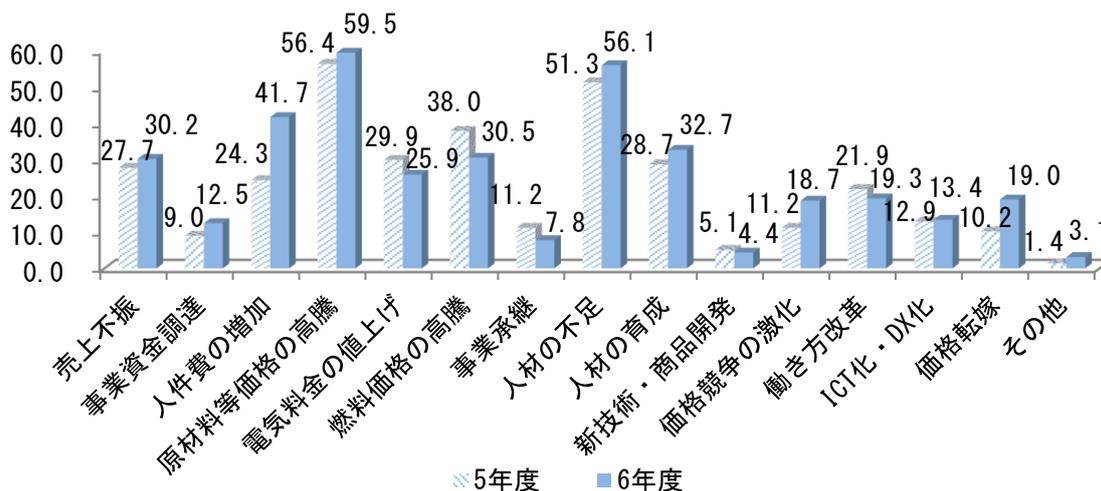
また、経常利益が減少するとの回答が多かったのは製造業 53.6%（前年調査比 13.6ポイント増）をはじめ、健康福祉 50.0%（同 50.0ポイント増）、宿泊業 50.0%（同 50.0ポイント増）の順となっており、売上と同様、物価高騰等によって会員企業の経営に影響を及ぼしているのが分かる。



3. 貴社が直面している経営上の課題（複数回答）

直面する経営課題は、原材料・仕入価格の高騰が59.5%と高水準、次いで人材の不足

直面している経営課題としては、原材料・仕入価格の高騰が59.5%（前年調査比3.1ポイント増）、人材の不足が56.1%（同4.8ポイント増）と依然として高い結果となった。その他においても、人件費の増加が41.7%（同17.4ポイント増）、人材の育成が32.7%（同4.0ポイント増）など多くの課題を抱えている状況が浮き彫りとなった。



■業種別経営課題

※注:赤字は、各年度の全体数値を超える数値

※注:黄色マークは、5年度と比較して増加している数値

○売上不振（6年度全体：30.2%、5年度全体：27.7%）

業種別で売上不振との回答が多かったのは、情報通信が42.9%、次いで製造業39.3%、卸売業34.8%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	39.3	31.3	34.8	33.3	15.4	25.0	42.9	18.2	25.0	24.6	0.0	0.0
5年	30.0	19.0	35.6	25.8	13.3	25.0	25.0	37.5	0.0	37.1	25.0	0.0

○事業資金調達（6年度全体：12.5%、5年度全体：9.0%）

事業資金調達との回答が多かったのは、健康福祉50.0%、次いで飲食業23.1%、小売業21.1%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	17.9	5.0	8.7	21.1	23.1	16.7	0.0	0.0	0.0	14.8	50.0	0.0
5年	10.0	2.6	11.9	16.7	13.3	12.5	0.0	6.3	14.3	9.7	0.0	0.0

○人件費の増加（6年度全体：41.7%、5年度全体：24.3%）

人件費の増加との回答が多かったのは、宿泊業75.0%、次いで飲食業が69.2%、情報通信57.1%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	42.9	40.0	37.0	42.1	69.2	25.0	57.1	27.3	75.0	42.6	50.0	0.0
5年	32.5	14.7	30.5	28.8	26.7	31.3	12.5	6.3	42.9	27.4	25.0	50.0

○原材料・仕入価格の高騰（6年度全体：59.5%、5年度全体：56.4%）

原材料価格の高騰との回答が多かったのは、飲食業 92.3%、次いで製造業 82.1%、宿泊業 75.0%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	82.1	67.5	54.3	56.1	92.3	58.3	28.6	36.4	75.0	45.9	50.0	0.0
5年	77.5	66.4	50.8	53.0	86.7	37.5	25.0	18.8	71.4	41.9	50.0	50.0

○電気料金の値上げ（6年度全体：25.9%、5年度全体：29.9%）

電気料金の値上げとの回答が多かったのは、宿泊業 75.0%、次いで情報通信 57.1%、飲食業 53.8%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	53.6	12.5	21.7	29.8	53.8	25.0	57.1	18.2	75.0	18.0	50.0	0.0
5年	60.0	15.5	25.4	31.8	73.3	18.8	0.0	25.0	85.7	30.6	50.0	0.0

○燃料価格の高騰（6年度全体：30.5%、5年度全体：38.0%）

燃料価格の高騰との回答が多かったのは、運輸業 66.7%、次いで飲食業 61.5%、製造業 53.6%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	53.6	30.0	23.9	29.8	61.5	66.7	14.3	9.1	50.0	18.0	0.0	0.0
5年	50.0	40.5	32.2	28.8	53.3	68.8	0.0	31.3	71.4	33.9	25.0	0.0

○事業承継（6年度全体：7.8%、5年度全体：11.2%）

事業承継との回答が多かったのは、宿泊業 25.0%、次いで製造業 10.7%、建設業 8.8%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	10.7	8.8	8.7	5.3	0.0	8.3	0.0	9.1	25.0	8.2	0.0	0.0
5年	7.5	11.2	16.9	7.6	13.3	12.5	12.5	6.3	0.0	14.5	0.0	0.0

○人材の不足（6年度全体：56.1%、5年度全体：51.3%）

人材の不足との回答が多かったのは、宿泊業 100.0%、次いで建設業が 75.0%、卸売業が 58.7%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	28.6	75.0	58.7	40.4	53.8	58.3	57.1	54.5	100.0	54.1	50.0	0.0
5年	40.0	63.8	40.7	39.4	73.3	75.0	37.5	43.8	100.0	46.8	25.0	50.0

○人材の育成（6年度全体：32.7%、5年度全体：28.7%）

人材の育成との回答が多かったのは、情報通信 57.1%、次いで宿泊業 50.0%、金融・不動産 45.5%の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	28.6	32.5	43.5	22.8	30.8	25.0	57.1	45.5	50.0	32.8	0.0	0.0
5年	30.0	26.7	32.2	22.7	40.0	12.5	37.5	43.8	42.9	27.4	50.0	50.0

○新技術・商品開発（6年度全体：4.4%、5年度全体：5.1%）

新技術・商品開発との回答が多かったのは、小売業 8.8%、次いで運輸業 8.3%、製造業 7.1% の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	7.1	2.5	6.5	8.8	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
5年	5.0	0.9	8.5	3.0	6.7	6.3	12.5	6.3	0.0	11.3	0.0	0.0

○価格競争の激化（6年度全体：18.7%、5年度全体：11.2%）

価格競争の激化との回答が多かったのは、卸売業 32.6%、次いで情報通信 28.6%、建設業 23.8% の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	14.3	23.8	32.6	21.1	7.7	8.3	28.6	0.0	0.0	9.8	0.0	0.0
5年	10.0	13.8	11.9	12.1	0.0	0.0	12.5	18.8	0.0	11.3	0.0	0.0

○働き方改革（6年度全体：19.3%、5年度全体：21.9%）

働き方改革との回答が多かったのは、健康福祉 50.0%、次いで運輸業と宿泊業 25.0%、建設業 22.5% の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	10.7	22.5	19.6	19.3	15.4	25.0	14.3	9.1	25.0	19.7	50.0	0.0
5年	15.0	25.9	15.3	24.2	33.3	25.0	37.5	12.5	57.1	14.5	25.0	50.0

○ICT化・DX化（6年度全体：13.4%、5年度全体：12.9%）

ICT化・DX化との回答が多かったのは、宿泊業 50.0%、次いで情報通信 28.6%、卸売業 26.1% の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	10.7	8.8	26.1	14.0	0.0	25.0	28.6	9.1	50.0	8.2	0.0	0.0
5年	12.5	10.3	13.6	12.1	6.7	12.5	12.5	25.0	42.9	9.7	50.0	50.0

○価格転嫁（6年度全体：19.0%、5年度全体：10.2%）

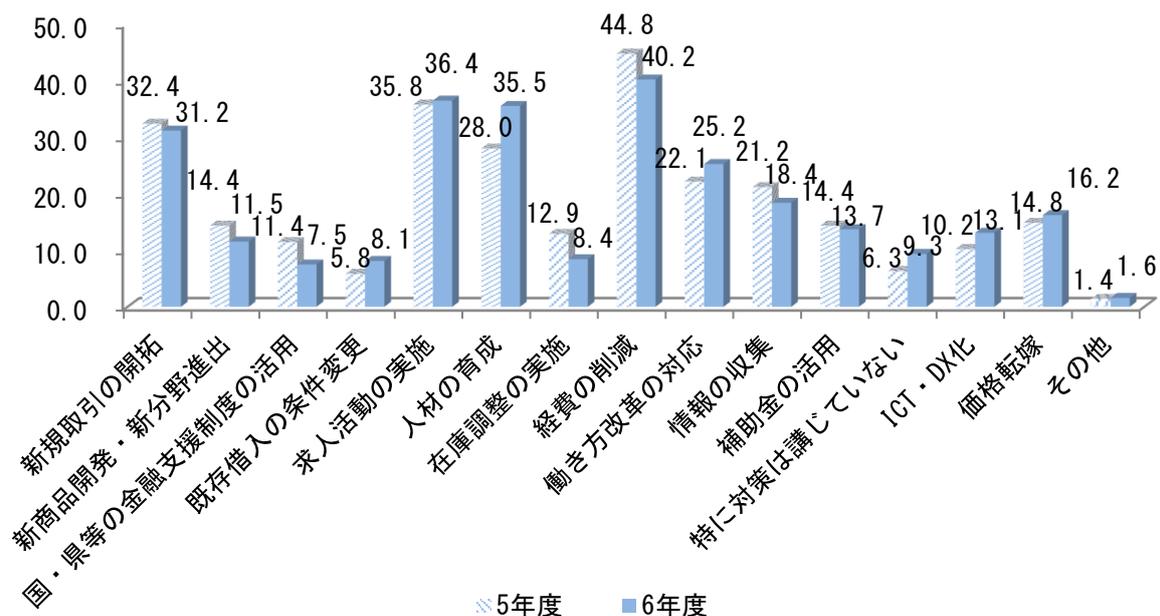
価格転嫁との回答が多かったのは、宿泊業 50.0%、次いで飲食業 30.8%、情報通信 28.6% の順となっている。

調査年度	製造	建設	卸売	小売	飲食	運輸	情報	金融	宿泊	サービス	健康	その他
6年	25.0	10.0	23.9	15.8	30.8	16.7	28.6	27.3	50.0	21.3	0.0	0.0
5年	10.0	4.3	16.9	9.1	20.0	12.5	12.5	6.3	14.3	11.3	25.0	50.0

4. 直面する経営上の課題に対する対策（複数回答）

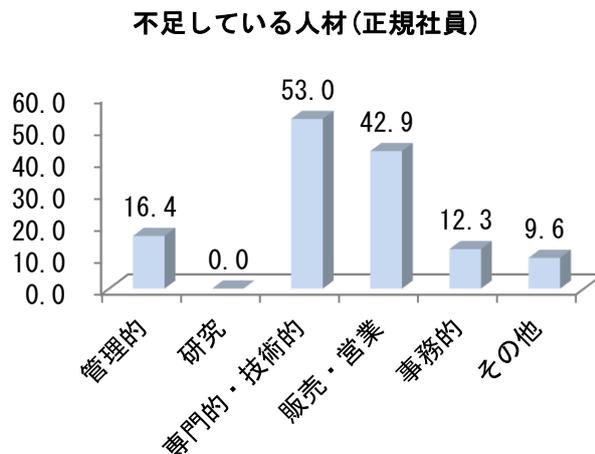
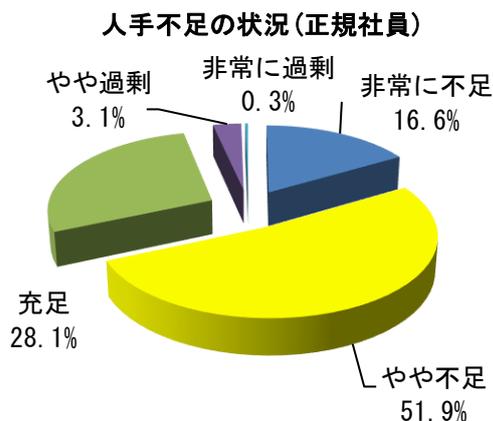
直面する課題に対する対策は、経費削減に次いで、求人活動の実施、人材の育成

直面する課題に対する対策としては、経費の削減が 40.2%（前年調査比 4.6 ポイント減）と最も多く、次いで、求人活動の実施 36.4%（同 0.6 ポイント増）、人材の育成 35.5%（同 7.5 ポイント増）の順になった。

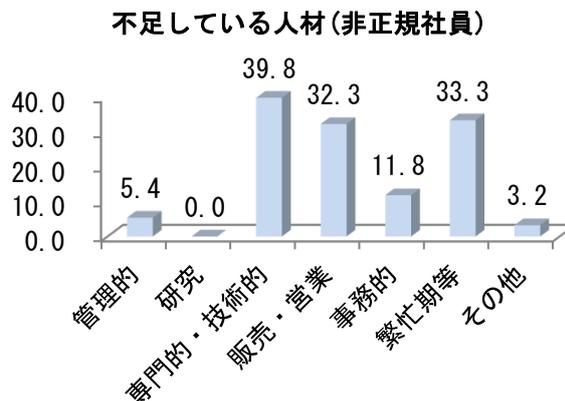
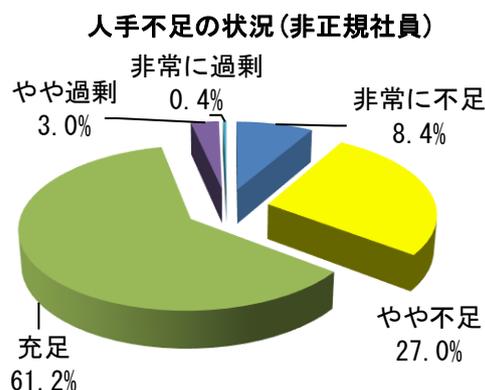


5. 「人手不足」の状況

正規社員における人手不足の状況は、非常に不足 16.6%、やや不足 51.9%と約7割が回答。不足している人材は、専門的・技術的人材 53.0%、販売・営業人材 42.9%となった。

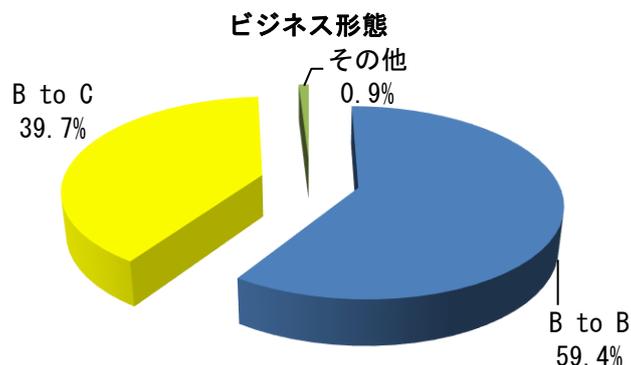


非正規社員における人手不足の状況は、非常に不足 8.4%、やや不足 27.0%と約3.5割が回答。不足している人材は、専門的・技術的人材 39.8%、繁忙期等の一時的な人材 33.3%となった。



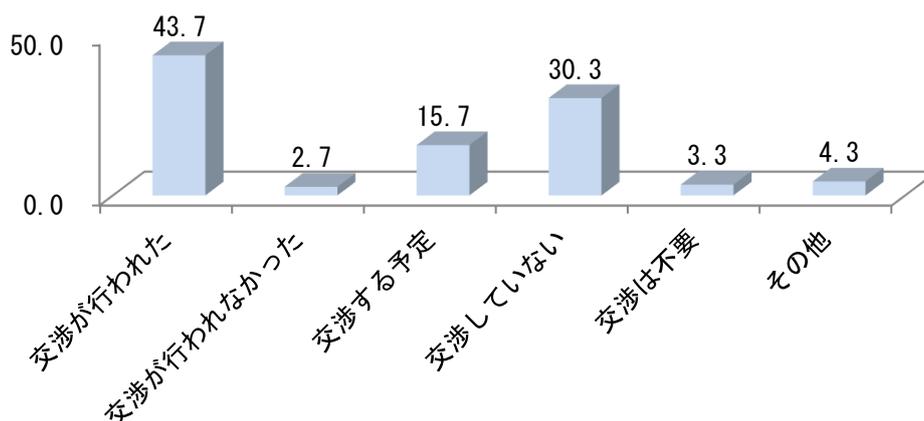
6. 「価格転嫁」の状況

ビジネス形態は、B to Bが59.4%、B to Cが39.7%と企業間取引が多い

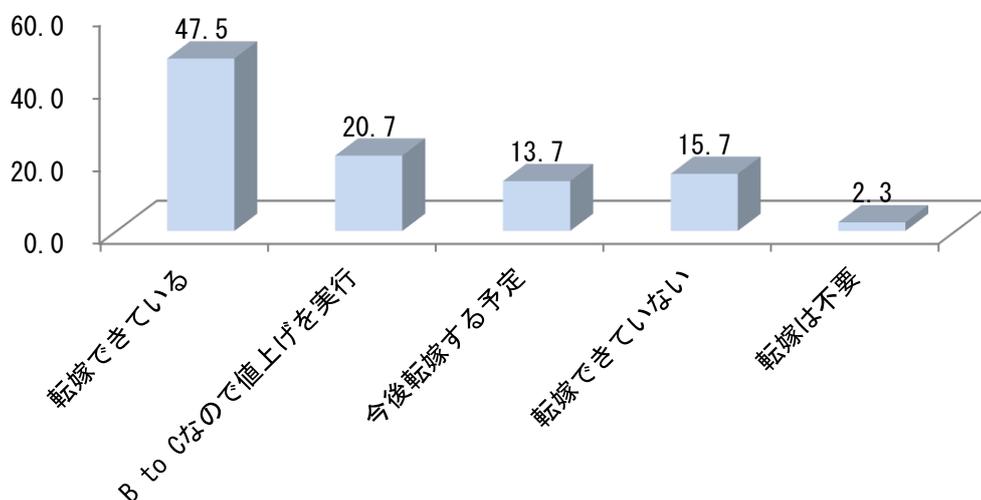


ビジネス形態	B to B	B to C	その他	計
回答数	188	126	3	317
割合%	59.4%	39.7%	0.9%	100%

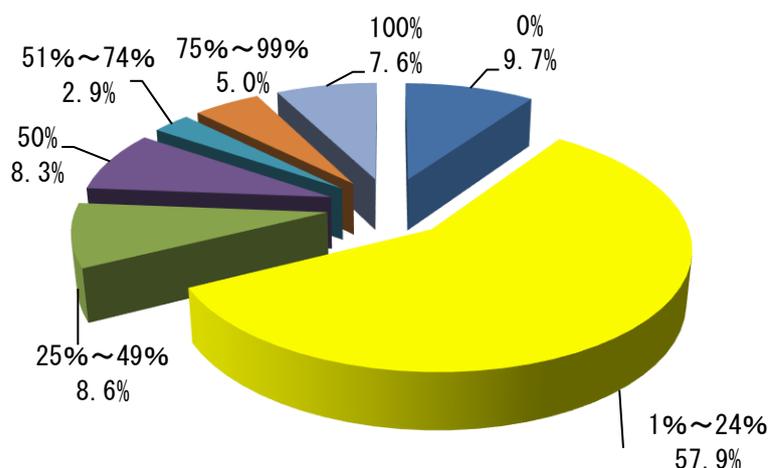
販売先との価格交渉の協議については、「販売先に交渉を申し出た結果、価格交渉が行われた」が43.7%と最も多く、次いで「価格交渉はしていない」が30.3%と多い。



販売先に対する価格転嫁の状況については、「価格転嫁できている」が47.5%と最も多く、次いで「B to Cなので値上げを実行」が20.7%と多い。



価格転嫁率については、「1%～24%」が57.9%と最も多く、低い水準となっている。



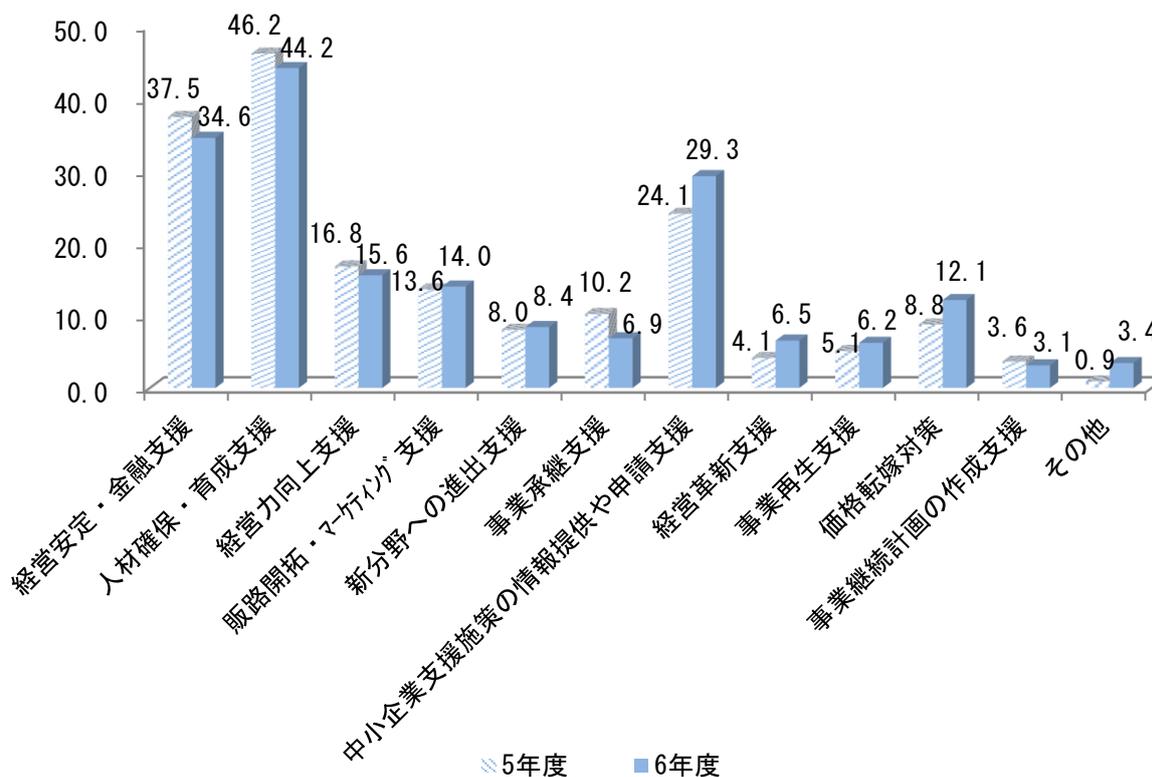
価格転嫁率	0%	1~24%	25~49%	50%	51~74%	75~99%	100%	計
回答数	27	161	24	23	8	14	21	278
割合%	9.7%	57.9%	8.6%	8.3%	2.9%	5.0%	7.6%	100%

※未回答分を含まない

7. 今後、当所へ望む経営支援（複数回答）

望む支援は、人材確保・育成への支援や経営安定・金融支援

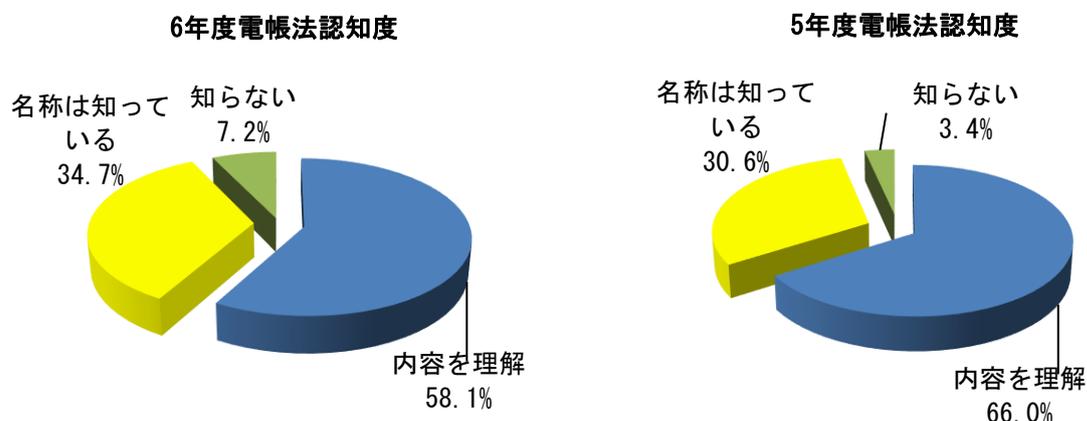
望む支援は、人材確保・育成への支援が44.2%（前年調査比2.0ポイント減）と最も多く、次いで、経営安定・金融支援34.6%（同2.9ポイント減）、中小企業支援施策の情報提供や申請支援29.3%（5.2ポイント増）の順となった。



8. 電子帳簿保存法について（令和4年1月から導入。）

1) 認知度

電子帳簿保存法の認知度は、内容を理解しているが58.1%と最も高く、次いで、名称は知っている34.7%、知らない7.2%の順で回答。内容を理解している事業者が前年調査比で7.9ポイント減という結果となった。

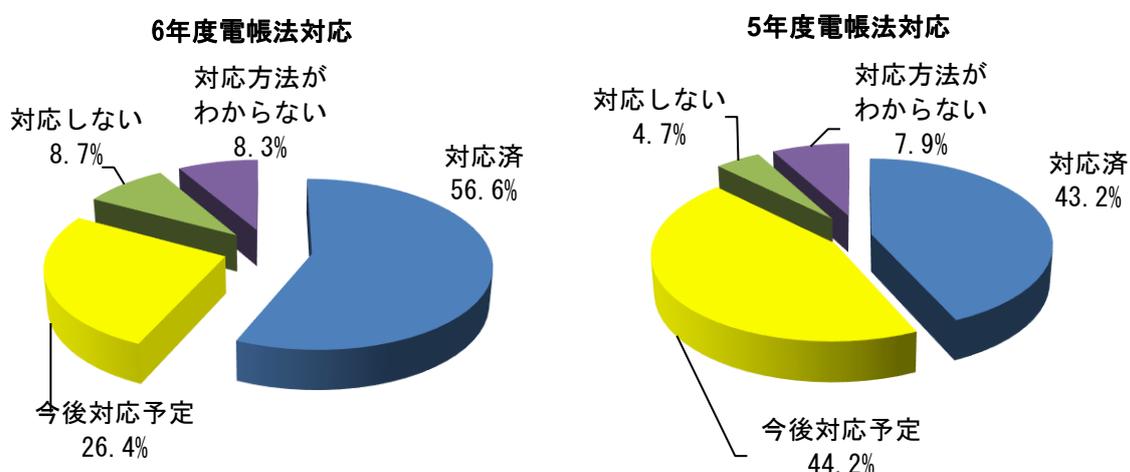


認知度	内容を理解している	名称は知っている	知らない	計
6年度	186 (58.1%)	111 (34.7%)	23 (7.2%)	320 (100%)
5年度	269 (66.0%)	125 (30.6%)	14 (3.4%)	408 (100%)

※数値…回答数（割合%）、未回答分を含まない

2) 対応状況

電子帳簿保存法の対応状況は、対応済み56.6%、今後対応予定26.4%、対応しない8.7%、対応方法がわからない8.3%の順で回答。対応済みが前年調査比で13.4ポイント増、今後対応予定が前年調査比で17.8ポイント減という結果となった。



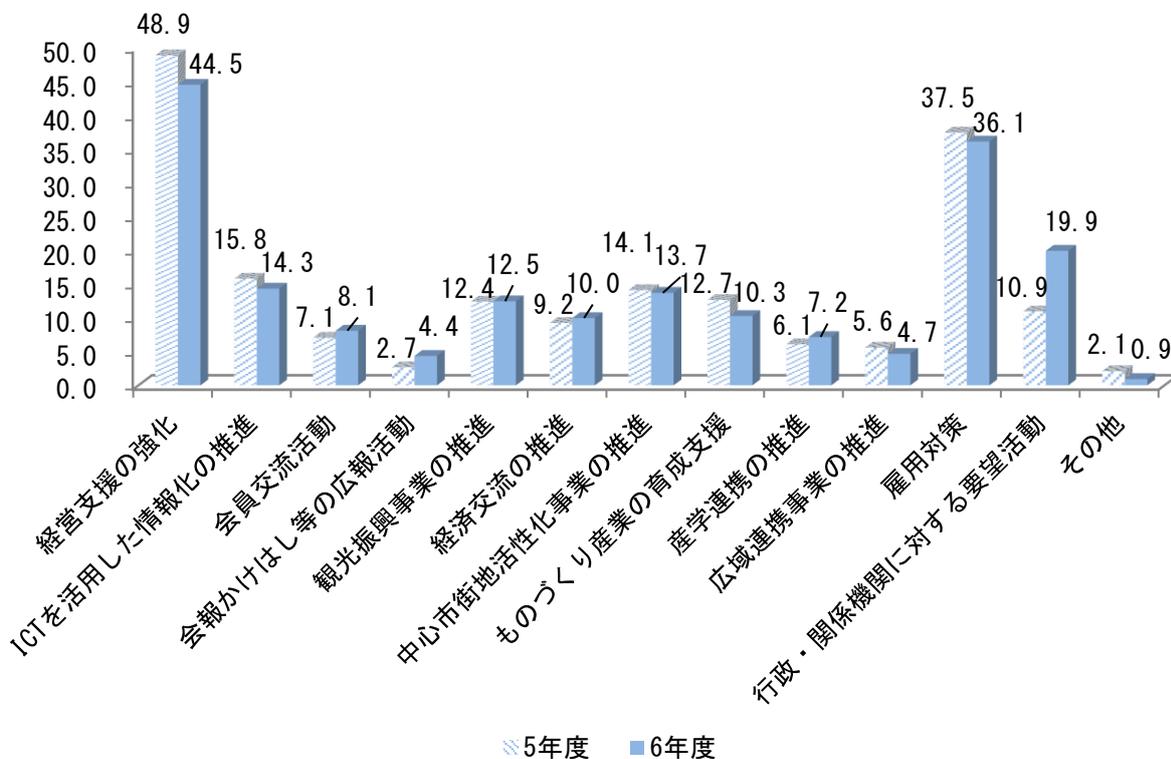
	対応済み	今後対応予定	対応しない	対応方法がわからない	計
6年度	176 (56.6%)	82 (26.4%)	27 (8.7%)	26 (8.3%)	311 (100%)
5年度	175 (43.2%)	179 (44.2%)	19 (4.7%)	32 (7.9%)	405 (100%)

※数値…回答数（割合%）、未回答分を含まない

9. 今後、当所へ望む事業（複数回答）

一層強化を希望する事業は、経営支援の強化や雇用対策、行政・関係機関に対する要望活動

商工会議所に一層強化を希望する事業については、経営支援の強化が44.5%（前年調査比4.4ポイント減）と最も多く、次いで雇用対策が36.1%（同1.4ポイント減）、行政・関係機関に対する要望活動が19.9%（同9.0ポイント増）の順となった。



■経営課題アンケート調査 具体的記述・意見要望（具体的記述）

【問5. 経営上の課題】

○人口動向・社会変化

- ・宗教離れ増加と青森市が宣伝いたしている合同葬に埋葬が増加している。市が進めている合同墓への埋葬も影響している。市民個人の遺骨を合同葬へ埋葬、別名市民基地に新規の墓石と個人各々家の墓地と墓を持つという市民が減少している。
- ・気候変動や高齢化による農産物の生産量減少に伴う価格高騰。

○経済・産業動向

- ・原材料の不足、従業員不足
- ・収益率の低下
- ・様々な国や政府の方針が経済を鈍くしている
- ・コロナ後の業界不振

○事業環境・市場状況

- ・事業用倉庫の賃貸物件が不足
- ・ライドシェアの今後の行方次第

○政策・行政対応

- ・総合評価方式の対応

【問6. 経営上の課題における対策】

○事業運営・経営課題

- ・冬期間の仕事
- ・価格集約交渉
- ・これ以上削減が出来ない

○経済環境・社会課題

- ・人材確保最低賃金アップにより更なる経営危機に直面・板挟みされている、小規模事業者に対するの救済の要望

○将来展望・新たな取り組み

- ・新たな情報広告の模索、新事業を視野に入れた事業案の構築

【問7. 人手不足】

○人材不足の現状

- ・パソコン操作が苦手な人に業務を任せられず、結果的に仕事量が一部の社員に偏っており対応に困っている（55歳以上の社員で今まで経験もなく、研修にも申込みしていない）
- ・配送の場合体力的に可能な人材がなかなか来ない
- ・中小企業はオールマイティに働ける人材で常にギリギリの体制で運営しており、もし急に病気・ケガ等で欠員が出た場合、専門知識がある人材ばかりでパート・アルバイト・派遣では代替がきかないほか、そもそも消費税が上がるたびに売上減少で厳しい
- ・高年齢化、中堅クラスの支店長レベルの育成ができていない
- ・専門技術職、クリエイティブ新卒人材の雇用がほぼ皆無状態
- ・即戦力の不足
- ・業界全体の人員不足と高齢化
- ・インバウンドや観光客を県で誘致するのは良いが、観光施設、それに伴う飲食店は圧倒的に人手不足で、受け入れたくても受け入れられない
- ・現場を管理する人材不足、新人がすぐ退職する
- ・最低賃金の上昇など人件費は上がる一方だが、物価上昇の影響による買い控えや仕入原価の高騰で収益につながらず、正規雇用したいが現段階では困難な状況
- ・配送の場合、タフそうな人を希望しても面接に来られた方は実に繊細で弱そうな方ばかりで、なかなかマッチしなかった
- ・倉庫内外での業務を苦手、避けている若年層が多いのでは、と見ている
- ・非正規社員については、採用後短期間で離職してしまうケースが少なくない

- ・技術力の低下
- ・サポート要員、本社対応
- ・人件費の確保をどうするか
- ・従業員の高齢化が進み、また若い従業員の雇用が難しい
- ・育休制度で同じ部署から複数人が一旦抜けることへの穴埋めが厳しい
- ・会社は各種資格の取得を積極的に応援しているが、成果が出ない（理解していない）

○求人活動と採用の課題

- ・求人募集しても応募がないので困っており、若者の建設業離れ、不人気と感じる
- ・常用作業員（除雪体制時のオペレーター）が募集しても集まらない状況が続いており、作業員の高齢化も進み、この状況が続くと除雪に影響が出てくる
- ・若年層の応募が少ない
- ・若い人の応募がない
- ・求人に対し、当社で希望する人材の応募がない
- ・求人しても応募者が居ない
- ・そもそも募集をかけても来なくなったり、来てもどうしようもない人しかいない
- ・募集をかけているが、休日出勤問題
- ・募集しても、なかなか良い人材の応募がない
- ・長く続かない
- ・新規採用者の応募がない
- ・求人募集を常にしているが若者の建設業離れが目立つ
- ・応募するシステムの変化
- ・求人募集してもなかなか応募がないので、人手不足を解消できない
- ・ハローワークに求人申し込みをしても製造業の中でも特に専門的、技術的部門のため応募者が極端に少なく未経験者でも随時応募可能にし入社後に指導し技術を習得できるようにしているが「製造」という分野に対して興味を持つ人材は減ってきているのかもしれない
- ・高校生の新卒者の確保が難しくなっており、県外への流出者が多い
- ・弊社はIT企業でSE人材を増員確保したいが、新規学卒者の争奪戦の様相で市内大手のIT企業に優秀な人材が集まり、中小規模IT企業には厳しい環境となっており、経営的に厳しい状況においても資金を投じて求人活動をせざるを得ない
- ・採用できたとしても入社後の教育に時間を要するケースが多く二重苦のような状況で、社内の教育方法の見直しや中途採用への注力など対応するがこのままでは将来的にも不安が大きい
- ・リクルート等と相談しながら営業部門の募集をかけているが申し込みが来ない（総務部門の募集には大量の申し込みがある）
- ・必要とするタレントの有した人材が不足している
- ・新卒者の採用応募が少なく、高校生や大学生等に選ばれる企業となるためには、何を、どんな媒体を使って発信するのが効果的か分析できていないことが課題
- ・これまで行ってきた募集や採用手法の見直しに着手を始めているが、より効果的な方法について情報発信等お願いしたい
- ・多方面に声がけ及びインターンシップの受入を行った際にも声がけしても魅力を感じてもらっていないのか入社に至っていない
- ・ハローワーク等の信用度がある公的機関で専門分野に特化した案内や部署を作る、20～50才までに特化した職業案内部署があれば採用率が上がるのではないかと感じる
- ・ハローワークの申し込み
- ・人材のマッチングで、公的私的問わずマッチングのプラットフォームは多いものの、希望する人材と企業のマッチングはうまくいっていない気がする
- ・ハローワークに募集、民間募集
- ・売上不振で人手が足りない時と人手が余るときのバランスを取るのが大変、かつ、人件費は毎年上がっているため、スポット的な求人も考えている
- ・ビジネスモデルを大きく変更しないと厳しくなっている

- ・ 仕事量は年々増加しているが、市街化調整区域のため工事増築が出来ずに困っている
 - ・ DX化を進めたい
 - ・ 人を使いたいと思うが人件費がかかりすぎる
- 経済的要因と求人条件の改善
- ・ きつい、汚い、危険な作業で低賃金、休日が少なければ誰も入職しない
 - ・ 求人での時給アップの課題
 - ・ 出来るだけ時給を上げる
 - ・ 人手不足ではあるがそれに掛ける賃金も不足している
 - ・ ハラスメントが怖く、労働条件が同業他社に比べて悪いので雇えず、利益がないので人件費が出せない
 - ・ 高卒の新卒、第二新卒あたりまでの若い人材不足、県内一般企業と県外企業の求人条件、特に給与の格差が年々拡大しつつある
 - ・ 墓石業が稼げる月数は6か月しかなくなっており（4月～9月の6か月稼働日数、後の6か月は墓石業休業状態、冬の11月～4月は雪の影響をもっと前から取り組んでおけばよかった）関西一つのビジネス産業と自覚している
 - ・ 人材確保に向けて県内外の企業が初任給の引き上げに動いている中で、採用の競争力を高めるための給与見直しに着手している
 - ・ 一人前になるまで3年以上はかかるので、最低賃金の上昇並びに材料費や人件費を見積もりに入れても、決定金額が低くならざるを得ない状況である
 - ・ 急激な最低賃金の増加により、既存社員の基本給に迫っているため、他社に比べ初任給設定が大幅に下回っており、既存社員の大幅な昇給を実施するには、顧客（官公庁含む）への更なる価格転嫁が必要
 - ・ 人件費の増加に伴い、パートさんを休ませなければならないため、今まで働けていた人がお休みをするという人手不足
- 教育・育成・社内対応の課題
- ・ 社内異動でカバーしている
 - ・ 職員のスキルアップ
 - ・ 属人化からの脱却は必要だが、シフトしていくことがなかなか難しい
 - ・ 当社の職種を理解していただき必要としているお客様と今後もお付き合いするだけ「適材適所の人員配置」
 - ・ 若年層の理系 IT 人材の確保、人材育成
 - ・ ポリテクセンターの修了生の紹介や求人を実施している
 - ・ 求人情報の発信方法や給与、賞与基準などの抜本的見直しの必要性について
- 社会的要因と提言
- ・ 進学率を意識しすぎている風潮
 - ・ 子育て支援を行政が中心になってもっと取り組んでほしい
 - ・ 働き方改革により、残業時間など色々拘束があり人員不足で、募集しても応募なし（対策：給与諸手当の増額（同業者に負けない額）、休日増）
 - ・ 新卒者の県内就業者数不足・減少への対策
 - ・ 墓石業墓石組合員の方々も反省で、企業として冬の除雪がビジネス産業となっており、特に津軽地区上戸石材も津軽に進出してきて50年になったため、商工会議所から50周年の感謝状をもらい感謝している
 - ・ 人材紹介業者に負けないハローワークの強化、充実
 - ・ 雇う側にも雇われる側にもこの国は無慈悲だと思っており、人（日本人）が足りないわけではない
 - ・ ICT 関連業の人気が増加しているようで、足場仕事にマイナスイメージが強いと感じられ、地方企業での採用は経験者は（幾らかきても高齢で）ほぼ無く未経験の応募が目立つ上、社内で経費を最小限かつ効率的に教育できるシステムをつくるのが課題である
 - ・ 賃上げピッチが早すぎる
 - ・ 新卒の求職者が地元へ就職する絶対数を増やす政策（自治体が地元就職者へ補助金を支給する）. 新卒者へ直接相対して求人活動をしたい

- ・ 県外に進学した学生を呼び戻すためのイベント等を自治体と共同で企画してもらいたい
(宮城/関東)
- ・ 若者の県外流出を防ぐため、良質な働く場を生み出す中小企業への支援や情報提供
- ・ 新卒者の採用が少ない
- ・ 3Kな仕事は無理ということなのか、若者は何を求めているのか聞きたい
- ・ 保健法による規制が強く、限られた人材(技術が必要)のため、パート・アルバイトは雇用できない
- ・ 賃金単価は上げているが最近論じられるようになった年取の壁のために労働時間の調整が年末のこの時期に発生し、最低賃金上げを論ずると同時に控除についてもスライドする措置を法整備すべき
- ・ この期に及んで財源がドウコウ、と言っている御用学者やマスコミには怒りを感じるほか、商工会議所もその部分に言及しないのは、何に対しての忖度なのか、と思う

【問8. 価格転嫁】

○価格交渉や転嫁の困難性

- ・ 同業他社の動向により発注先を替えられる恐れがあり、転嫁を思うように進められず、発注元からの圧力も実際はある
- ・ 受注が減少することが予想されるので、実施しにくい
- ・ 相手も苦しい状況
- ・ 民間工事も入札なので、思い切った価格転嫁はできない状況
- ・ 価格転嫁にあたり、工賃1時間あたりをどの様に計算して出してよいのか(部品や材料費なら値上げ出来るのだけど…)解りません
- ・ 大手の方が交渉がきつい
- ・ 同業他社との価格差が大きくと、客離れが起きるため
- ・ 原材料が値上がりしたとてむやみに上げられない
- ・ 卸売なので価格は需要と供給によって大きく変わる
- ・ 交渉や転嫁ができる金融商品ではない
- ・ 価格転嫁による需要減
- ・ 人件費の上昇や仕入れ商品の価格上昇スピードが早すぎる
- ・ 競合他社への乗り換えがありうるため
- ・ 事業主体に対する管理費の値上げだが事業自体が値下げしてる状態
- ・ 価格交渉を申し入れた場合、納入業者から外れる危惧があるため、なかなか進まない
- ・ 価格が上がったことによる客離れの影響を懸念
- ・ 価格競争の激化で思うように価格への転嫁ができない
- ・ 発注者の予算が厳しく、働き方改革などによる工期の長期化に伴い、人材が拘束され次の物件を受注する機会を失っている
- ・ 競合先との競争のため
- ・ B to Bに関しては、契約上、取引先から部品代や工賃をすべて金額が指定されているため、価格交渉の余地がなく、B to Cに関しては、何年も前からインターネット普及の影響で値崩れと個人間取引が増えたため、少しでも安い方向に流れる傾向があり、なかなか思うように価格転嫁できていない
- ・ 少額な取引が多いため、全ての取引で価格転嫁の交渉をすることが難しく、また、資材が高騰し続けているため、何度も価格転嫁をすることが大きな負担となる
- ・ 見積等のため、どの部分が切られているのかわからない(決定金利(?)についても)
- ・ 価格転嫁は単価表ではできても、売上に反映するとは限らない
- ・ 価格転嫁に応じてくれている企業に対しては良いサービスを継続していくが、応じてくれない企業に対しては今後取引を辞めていく必要がある
- ・ 当社が制作物等を発注している業者には100%転嫁しているが、当社が受注するものについては転嫁されておらず、(自治体等製作物を含む)価格交渉は売り上げ減につながる可能性が高く、申し出づらい
- ・ 価格交渉が行われ、光熱費上昇や物価高により賃上げしているが十分では無いと感じてい

- る
- ・相手企業が価格転嫁できていないため、相手の財務状況が悪く交渉できない
- ・仕事が減ってきているので交渉しにくい
- ・販売業務では同業者との比較になるため価格転嫁はしにくい
- ・価格交渉は可能だが、その分出荷数量が減って売上が結局減少してしまう
- ・価格転嫁によって、供給が低迷する可能性がある
- 価格転嫁の一部成功または条件付き成功
 - ・今のところ転嫁できている
 - ・交渉すれば多少の価格転嫁は出来ている
 - ・個別価格提示のため都度転嫁が可能
 - ・価格転嫁はほぼ浸透している
 - ・得意先も事情を理解してくれて、要望通り値上げが出来た
- 価格転嫁の不可能性・挑戦
 - ・保険料は交渉できないため対象外
 - ・取引先との関係等で大手に対して価格交渉にすら応じてもらえない
 - ・B to Cは価格転嫁の協議が出来ていると思うが、B to Bは発注者の予算のみで決まっている
 - ・先述のとおり販売価格は厚生労働省の決定によるものなので変更はできず、仕入れ等の価格高騰により製造コストが上がっても廉価原料に変えて品質を落とすわけにはいかない
 - ・経費増に対して理解が得にくい
 - ・販売市場の競争が激しいため、わが社の希望転嫁は叶わない
 - ・競合他社あり、受注するためには、要求価格で対応せざるを得ない
 - ・低価格でないと取引を打ち切られるため、社員が価格交渉できない
 - ・本社が青森以外の所は、本社で価格を決めているので、こちらの状況を理解してくれていないので、価格交渉すらできない
 - ・毎年原材料の値上げが続いているのに、商品は毎年値上げは困難
 - ・物不足及び製品等の納期長期化、値上がりが続いており価格転嫁にも苦勞している
 - ・BtoCなので消費者市場（マーケット）の動向をかなり注意深く見ていかないと大変なことになり、その為景気とか賃上げとか為替とかの情報集めと分析をしている
 - ・値上げで数件取引終了となったところもある
 - ・元請あつての自社ですからあえて交渉しない
- 市場や顧客側の事情
 - ・損保保険料は値上がりしているが、契約者は低い保険料を選択しているため保険料収入が上がらないほか、賃貸物件の老朽化で家賃値上げできない
 - ・消費者の買い控えが収まらないので、売値が極端に安くないと売り上げが上がらなくなってきている
 - ・CMなどの単価アップはキーステーション局が積極的に実施しないと難しい
 - ・市場価格を鑑みて検討していく
 - ・価格が低いものに人気がある
 - ・ある程度の価格が業界全体で決まっているのでなかなか価格転嫁は難しい
 - ・労働集約型の職種のため人件費が上がっていることに理解をしてもらえないお客様が今も存在しているのには驚く
 - ・建設関連は未だに上の価格競争が行われ、それに応じて下業者の価格が決められるており、この仕組みだと下業者はいつまでも利益が出せず、メーカーの価格のような仕組みを導入しなければいつまでも給料アップはできないため、本気で検討望む
 - ・販売先が価格転嫁しないと価格交渉しにくい
 - ・酒類販売なので、常に定価販売
 - ・B to Bの場合、同業卸の直販によって価格に対応できない、競争できない
 - ・認可事業料金なので勝手に上げられないから
 - ・本社からの指示に準じている
 - ・相手も予算で動いているので即応ができない

- ・基本的にはできているが、業界的にある紹介マージン等の手数料の変更は叶っておらず、金額を上げられないのであればマージンを下げてくれれば問題ない
- ・量販店相手の商売ですが価格上げると他の業者に取られてしまい、後出しが有利
- ・価格をもっと上げたいが、周囲の旅館との競争があるので少ししか上げられない
- ・競争原理が働くので、値上げした場合、カットや数量減少の影響の方が大きく、消費者の所得アップが物価上昇に間に合っていないので、値上げできない

○その他の要望・意見

- ・消費税を廃止してほしい（社会保障費へ使用すると言っていたがウソで大企業の穴埋めに使われていると知ったため）
- ・主に複数年契約において、価格転嫁を含む契約変更が難航しており、官公庁も含め、物価の上昇を勘案した契約変更に対して柔軟な対応を促す施策を希望する
- ・メーカーからの仕入価格上昇分はフルスライドで交渉しているものの、自社内の計数管理面の問題もあり、社内経費の上昇分までを精査して見積価格に反映することができていない状況もあり、交渉に臨むにあたっての当社内適正価格を算出するためにも、社内の計数管理の強化が必要、また社内の営業力の問題から価格以外の訴求ポイントを提示できず、価格での勝負になってしまうケースもあり、個々の営業人員のスキルアップも必要
- ・一般の方々への価格転換は物価高もあり「仕方がない」と諦めていただいている感があり、この値段が通らないなら他社のサービスへ移る、といったケースもあるが、本格的な減税を行うなどの措置を打ち出さなければ、購買意欲が薄く生活防衛に走っている現状はより悪化するのではないかと思われる

【問 9. 当所に対して今後一層の支援を望むもの】

○現状に関する直接的な意見

- ・現在は不要
- ・本社に主導権あり、支社では回答不可

○地域・経済の活性化に関する意見

- ・市の活性化策の検討
- ・シンプルにそこで働くみなさんが、市内の店舗で飲み食いしに出歩いてほしい
- ・青森経済の活性化。これが回り回って弊社含めた各企業を潤すものと考えている

○人材及び業務改善に関する意見

- ・取引業者での人手不足解消
- ・生成 AI の活用事例など

○事業運営や市場への提案・考察

- ・事業融資
- ・リクルートの様な他業種に対してシステムを作り提供している企業へは、業界を潰しかねないので監視が必要だと感じる

【問 11. 国や県、市へ期待する事業や提案、対策について行政等への要望】

○経済政策や産業振興

- ・企業誘致の推進
- ・販路開拓先の紹介を強く要望したい
- ・地方創生への実現
- ・県外に対応できる二次産業の誘致、四次産業の支援を
- ・人件費を上げるように努力させるならそれに見合った補助金か助成金を望む
- ・経済対策を強力に行ってほしい
- ・インバウンド増加に即した県・市の経済活性化策の検討
- ・コロナ禍を過ぎ、円安や物価上昇の悪影響が続いている中、県内の倒産件数も増え、経営を続けていくこと自体とても厳しい世の中になっていると感じており、新規起業の支援も大切ですが、10年、20年と続けている中小企業の支援もより一層強化して下さるよう切実に希望する
- ・地方の企業は、度重なる法改正により経費の増加が続いていますが、少子高齢化による地

方市場の縮小や光熱費・人件費の上昇など、経営上プラスになる要素が少なく非常に厳しい経営環境が続いており、国・自治体には賃上げに対応できるように、地方市場に活力を与え中小企業がもっと儲かる施策を期待している

- ・産業誘致へのリーダーシップと民間の橋渡し
- ・県・市はペーパーレス化を進めているため、印刷業界の現状は極めて厳しく、せめて、入札における「最低制限価格制度」の対称となる契約金額の引き下げ、設定率の引き上げ等、見直しを要望したい
- ・器材の導入に関しての支援や補助金等の内容等資料説明を期待（希望）※できない事業者に対しての代案措置の必要性
- ・最低賃金がたびたび上がって来てますが、中小企業にとっては下請けの下請けとなれば工事価格が下がってくるので、非常に厳しく、また年々工事も少なくなってきたので、維持していくのが難しい
- ・景気の回復（中小企業でも感じ取れるレベル）
- ・日本国は良い国で、コロナ禍において資金繰りなどの援助を手厚くやってくれたが、ここに来て、企業（我々のようなサービス業）で傷んだのは資金繰りだけでなく、収益面も大きいので、それを自力でやるのが筋かもしれないが、このままだと後10年くらいはかかるかもしれないが、この点をどのように考えるのか
- ・最低賃金の増加を踏まえた事業所への経営・金融支援
- ・もっと産業や事業者が増えるように事業用地の拡大をお願いしたい
- ・事業拡大支援がほしい
- ・弊社は現在、再生計画中で周囲の協力を得て事業を何とか続けているが、どんどん悪化する経済状況はすでに体力を失っている我社に追い打ちをかけており、中小企業の不況倒産を何とか救ってほしい
- ・除雪に対しての排雪場所の確保や整備、ショベルに対しては難しいと思うが、ダンプ（法人・個人）の所有者への応援システム（市が県に登録しておけば排雪が遅い現場に応援しに行くシステム）が今後必要と思う（大型免許取得やダンプの価格上昇が著しいため、人材・ダンプ不足が目立つ）

○生活支援・コスト負担軽減・税制改善

- ・人手不足、物価高騰、電気料金の高止まりの対策を行って欲しい
- ・消費税、インボイスの廃止
- ・燃料費補助（灯油）
- ・水道光熱費を抑える政策、電気代を少なくする設備更新の補助金を要望する
- ・売上が上がれば税金がかかり個人事業は苦しいばかりで、何とかしてほしい
- ・最低賃金を引き上げると、社内の不要な人材の賃金が上昇し、会社へ貢献した人材へ賃金を配分できず、解雇ができない状況で最低賃金を上げる政策は競争力を失う愚策である
- ・またプレミアム商品券やってほしい
- ・最低賃金の急な上昇は中小企業には非常に厳しい

○人材確保・雇用支援

- ・人材の確保に対する支援
- ・刑務所出所者等を雇用している協力雇用主の苦労を理解していただき、保護観察終了後、国からの支援がなくなっても協力雇用主のもとで就労している対象者が問題をおこした場合の相談場所や保障がないのが現状（協力雇用主とは犯罪や非行をした者の自立や社会復帰に向けての事情を理解した上で就職先として受け入れる民間事業主）
- ・人材確保・人口減少対策
- ・建設業界への完全週休二日制導入及び国からの義務化、国家資格が必要な工事への単価アップ、若い世代が県外に就職してしまうため、地元に残れる対策を考えてほしい

○法規制・行政手続きの簡略化

- ・ルールを作るのではなくて減らす方向に進め、作業が簡略化できる方に進んでほしい
- ・わが社の一番の悩みが市街化調整区域問題、40年も前の行政ルールを少しでも良いので緩和して欲しい
- ・働き方改革は単純に時間で区切らない踏み込んだものにして考えていただきたい

- ・青森市の発注方式に疑問（A級業者への発注がB級業者に比べて少ない）
- ・租税負担率≒70%…これを何とかしてくれ
- ・働き方改革の見直しについて検討し、日本人の勤勉力による生産性をアップさせ、各企業を豊かにしてほしい
- ・事業承継を簡素にしてほしい（事務手続）
- ・言いたいことは多々ありますが、一番は大企業と中小企業、個人事業主を一緒にして法律を決めないでほしい。それは様々な形態の業種があり、一つの見方では解決できない場合が多いという事で、会社によって規模が違うという事が理由。それを一つの法に収めようとするからおかしな法律ができると考える。無駄を増やさないでほしい
- ・各種制度やハラスメントなど労働者優位のものが多く、経営側としては委縮する場面や勘違いする労働者も多く、もう少し企業側に立った制度を考えなければ、経営が悪影響が生じ、結果的に労働者を路頭に迷わせることになってしまうと思う

○DX推進・IT支援

- ・デジタル化への法改正などもよいが、それに対応するための現場の苦勞を知れ
- ・請求書を電子化し発行したいが小売店がネット環境をもっておらず、受発注も同様に小売店がDX化していない（ほとんど電話注文）ため、小規模事業者のDX化補助金や支援をして欲しい
- ・收受資料の電子化（捺印の廃止）

○その他

- ・治療用装具・訓練用義肢等は本人が費用の全額を一時立替払いし、支払い後領収証と医師の診断書（証明書）を各自の保険機関へ請求し償還払いを受けるが、全額立替払い困難な場合、あきらめてしまうケースがあるので全ての傷病者が安心して補装具を装着できるような環境になって欲しいと思う
- ・何も期待しておらず、自力で解決し進むだけ
- ・私共の仕事は建設業他が回復すれば恩恵を受ける形なので、世の中が回れば仕事が増えるという形だ
- ・今回の衆議院選挙で複数野党から政策提言があり現在論争になっている現状はとても良く、現状を打破する事につながって欲しいほか、自民党や共産党が唱えた時給1500円というのは月給26万円以上で無ければ社員を雇用できず、そのための付加価値を上げ効率化を行わなければいけない、という事と同意義だという事を商工会議所は会員に伝えて、会員企業にもっと危機感を持ってもらわなければいけないのでは
- ・目先のことだけにとらわれず、消滅都市というレッテルに総合的に、強い危機感を持って対応してってください
- ・期待しない

【問12. より一層の強化を希望する事業】

○経営支援の強化

- ・経済向上
- ・国・県などの金融支援制度や補助金等のお知らせ、活用方法などの情報提供、および申請支援。積極的な融資の後押し。観光産業については、青森県の観光資源を活かして、宿泊施設や飲食店、観光バスだけでなく、他業種も巻き込んで、地域全体の中小企業の利益につながるような総合的なマネジメントをしてほしい。それとともに、日本のものづくりや伝統工芸、職人の技術力をアピールできる機会を多く作り、県外や海外に広く認知されるようになれば、青森の魅力がより高まり、経済発展につながってほしいと考える。
- ・女性活躍のモデルを育成し、女性の能力を引き上げ活性化・向上を進める
- ・ICT化・DX化・電子帳簿保存方法について…経費をかけずにやれるところからするにはどこからどのように始めればよいか？講習会で指導してもらいたい
- ・小口融資の対応
- ・ペーパーレス化の推進
- ・さらなる外国人観光客の誘致など
- ・経営支援の強化については、組織改善や業務改善に関するメニューを拡充して欲しい

○人口・雇用対策

- ・除雪等のアルバイト（要大型・大型特殊免許取得→ペーパードライバーではなく）を会議所で募集し（建設部会）、プールしておくやり方はないか
- ・生産性向上のため、全てにおいて自動化拡大推進（マンパワー不足問題解消）
- ・若年層の県内就労の支援策
- ・地元へのより一層の雇用定着を促してほしい

○中心市街地活性化事業の推進

- ・現状、市街地活性化といえばホテル・マンションばかりで実際に街を回遊する店舗がなく、買い物が不便で、一般客が「駐車料金を気にすることなく」ゆっくりショッピングを楽しめる空間（店舗）が必要！！

○会議所活動

- ・有意義な情報提供、サービスを今後も期待している
- ・いつもありがとうございます
- ・年会費が高いので会報等は紙でなくメールで発行し、経費を削減してほしい
- ・エネルギー産業への会員企業の参画
- ・会員交流したいのですが、年齢的にも外出する機会が少なくなりました。協力したいことはぜひお声かけてくれれば協力する

○その他

- ・勝手なことを書きましたが、青森がだんだん廃れていく様で本当に心配しており、若い方々が地元に残りたいと思えるような魅力づくりもしてほしい
- ・地方企業には厳しい経営環境が続いておりますが、更なる支援活動の強化を希望する企業は多く、今後ともご支援の程宜しくお願いいたします
- ・現某同友会の代表が発した賃金値上げに対しての発言の様な一方的な発言などに対し、反対や異を唱えられる様な（感情論ではなく理論的に）強い組織になって欲しい

令和6年度「経営課題アンケート調査」

当所の事業運営に際しましては、日頃よりご支援ご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

さて、当所では、企業を取り巻く経済環境が変化する中、会員企業が抱える経営上の課題等を把握し、会員の皆さまの声を国や県等にお届けするとともに、今後の会議所活動に活かすため、標記調査を実施しております。**これまで、アンケート調査結果で要望が多かったコロナ禍での消費喚起施策「商品券事業」を青森市へ要望し実施したことや、経営課題に対応するセミナーを開催するなど活用しております。**

つきましては本調査にご協力いただき、お手数でも10/31日(木)までに、回答フォームもしくはFAX(017-775-3567)にてご回答くださいますようお願い申し上げます。

●回答フォーム URL

<https://x.gd/abrn5>



← ●回答フォーム 二次元バーコード

【ご回答にあたってのお願い、調査対象等】

- ・調査票は全部で3ページございます。ご回答はこのまま3枚をFAXでお送りください。また、当所ホームページからもご回答いただけます。
 - ・本調査は、集計・分析結果のみを公表、その他目的外の使用はいたしません。
 - ・本調査の対象は、議員事業所、部会幹事、小規模企業(マル経利用者)、特定商工業者等です。
 - ・調査票は、重複して送付される場合もございますが、ご回答は1通のみお願いいたします。
- ※調査内容は中小・小規模企業の経営課題が主ですので、大手企業・金融機関等につきましてはご回答の必要はございません。

【※該当する項目に○を付してください】

問1. 貴社の業種について

- (1) 製造 (2) 建設 (3) 卸売 (4) 小売 (5) 飲食 (6) 運輸 (7) 情報通信
(8) 金融保険・不動産 (9) 宿泊 (10) サービス (11) 健康福祉 (12) その他()

問2. 従業員数について

- (1) 5人以下 (2) 6~10人以下 (3) 11~20人以下 (4) 21~50人以下 (5) 51人以上

問3. 今年度の売上見通し(2024年4月~2025年3月)と昨年度(2023年4月~2024年3月)との比較について

(※法人は決算期ではなく上記期間の売上比較、個人は1月~12月期の売上比較でご記入ください)

- (1) 増加する・・・(割合: ①1割未満 ②1割以上2割未満 ③2割以上3割未満 ④3割以上4割未満
⑤4割以上5割未満 ⑥5割以上)
(2) 不変
(3) 減少する・・・(割合: ①1割未満 ②1割以上2割未満 ③2割以上3割未満 ④3割以上4割未満
⑤4割以上5割未満 ⑥5割以上)

問4. 今年度の経常利益見通しと2023年度との比較について(※個人事業所は、所得金額でご記入ください)

- (1) 増加する (2) 不変 (3) 減少する

問5. 現在、貴社が直面している経営上の課題について(複数回答可)

- (1) 売上不振 (2) 事業資金調達 (3) 人件費の増加 (4) 原材料・仕入価格の高騰 (5) 電気料金の値上げ
(6) 燃料価格の高騰 (7) 事業承継 (8) 人材の不足 (9) 人材の育成 (10) 新技術・商品開発
(11) 価格競争の激化 (12) 働き方改革 (13) ICT化・DX化 (14) 価格転嫁
(15) その他()

問 6. 直面する経営上の課題に対し、貴社における対策について(複数回答可)

- (1)新規取引の開拓 (2)新商品開発・新分野進出 (3)国・県等の金融支援制度の活用
(4)既存借入の条件変更 (5)求人活動の実施 (6)人材の育成 (7)在庫調整の実施 (8)経費の削減
(9)働き方改革の対応 (10)情報の収集 (11)補助金の活用 (12)特に対策は講じていない
(13)ICT化・DX化 (14)価格転嫁 (15)その他(_____)

問 7. 「人手不足」について

正規社員についてお聞きします。

- (1)人手不足の状況について
①非常に不足 ②やや不足 ③充足 ④やや過剰 ⑤非常に過剰
(2) (1)において①・②と回答した方はお答えください。どのような人材が不足していますか。(複数回答可)
①管理的人材 ②研究の人材 ③専門的・技術的人材(医療・福祉(介護)・建設等) ④販売・営業の人材
⑤事務的人材 ⑥その他(_____)

非正規社員についてお聞きします。

- (3)人手不足の状況について
①非常に不足 ②やや不足 ③充足 ④やや過剰 ⑤非常に過剰
(4) (3)において①・②と回答した方はお答えください。どのような人材が不足していますか。(複数回答可)
①管理的人材 ②研究の人材 ③専門的・技術的人材(医療・福祉(介護)・建設等) ④販売・営業の人材
⑤事務的人材 ⑥繁忙期等の一時的な人材(季節雇用者等) ⑦その他(_____)
(5)人手不足について感じていることを自由にお書きください。
(例)人手不足に対する取組内容や課題、要望など

()

問 8. 「価格転嫁」について

- (1)ビジネス形態について
①B to B(企業対企業) ②B to C(企業対一般消費者) ③その他(_____)
- (2)販売先との価格交渉の協議について
①販売先に交渉を申し出た結果、価格交渉が行われた
②販売先に交渉を申し出たが、価格交渉が行われなかった ③今後、販売先へ交渉をする予定
④価格交渉はしていない ⑤価格交渉は不要と判断した ⑥その他(_____)
- (3)販売先に対する価格転嫁の状況について
①価格転嫁できている(一部のみの価格転嫁を含む)
②B to Cのビジネス形態なので、景況を踏まえ値上げ等を実行した
③今後価格転嫁する予定 ④価格転嫁できていない ⑤コストが上昇せず価格転嫁は不要と判断した
- (4)価格転嫁率について
(例)50%であれば、コスト100円上昇に対する売価への反映価格が50円になります
①0% ②1%~24% ③25%~49% ④50% ⑤51%~74% ⑥75%~99% ⑦100%
- (5)価格転嫁(価格交渉を含む)について感じていることを自由にお書きください。
(例)価格交渉や価格転嫁が思うようにできていない理由や要望など

()

問 9. 当所に対して今後一層の支援を望むものについて(複数回答可)

- (1) 経営安定・金融支援 (2) 人材確保・育成への支援 (3) 経営力向上への支援 (4) 販路開拓・マーケティング支援
(5) 新分野への進出支援 (6) 事業承継への支援 (7) 中小企業支援施策の情報提供や申請支援
(8) 経営革新支援(経営戦略の作成等) (9) 事業再生支援(改善計画作成、金融調整等)
(10) 価格転嫁対策 (11) 事業継続計画(BCP)の作成支援
(12) その他(_____)

問 10. 令和 4 年 1 月 1 日から導入された電子帳簿保存法について

- (1) 電子帳簿保存法の制度についてご存じですか。
①内容を理解している ②名称は知っている ③知らない
(2) 対応状況についてお伺いいたします。
①既に対応済 ②これから対応予定 ③対応しない ④対応方法がわからない
(3) 電子帳簿保存法に関する課題等ありましたらご記入ください。
(_____)

問 11. 今後、国や県、市へ期待する事業やご提案、対策について行政等への要望がございましたらご記入ください。

(_____)

問 12. 当所では商工業者や地域経済振興のためにさまざまな事業を実施しておりますが、より一層の強化を希望する事業は何ですか。(複数回答可)

- (1) 経営支援の強化 (2) ICT化・DX化の推進 (3) 会員交流活動 (4) 会報かけはし等広報活動
(5) 観光振興事業の推進 (6) 経済交流の推進 (7) 中心市街地活性化事業の推進
(8) ものづくり産業の育成支援 (9) 産学連携の推進 (10) 広域連携事業の推進 (11) 雇用対策
(12) 行政・関係機関に対する要望活動 (13) その他(_____)

※上記についての具体的な内容および会議所活動全般に対するご意見・ご要望についてご記入ください。

(_____)

事業所名 _____

担当者名 _____

※ご協力ありがとうございました。本調査は、集計・分析結果のみを公表、その他目的外の使用はいたしません。
※ご回答については、このまま3枚FAXでお送りください。また、当所ホームページからもご回答いただけます。

●回答フォーム URL

<https://x.gd/abrn5>



← ●回答フォーム 二次元バーコード

FAX送信先 ⇒ 017-775-3567 青森商工会議所

■本件問合せ先：青森商工会議所 中小企業相談所・経営支援課 (TEL：017-734-1311)