「経営課題に関するアンケート」
＜R5.７月期＞（サマリー）

１　目　的

新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが5類に変更された一方、資源・原材料価格の高騰などによる物価上昇と価格転嫁、さらには賃上げの問題などが大きくクローズアップされている中、これらが中小事業者の経営に及ぼしている影響を把握し、今後の支援事業に繋げることを目的に実施する。

２　調査概要

対象企業	**会員 201事業所から回答**
実施期間	2023年7月11日～8月10日
回収方法	WEB、FAX等による

＊前回調査：2023年4月

さいたま商工会議所

＜アンケート集計結果のポイント＞

【コロナ前との売上比較について】P4～5

売上が以前より100%以上との回答は前回より減じており、営業利益も売上げに追い付いていない状況が見えるものの、全体的には経営改善傾向が進んでいる。

【原材料等高騰への対策について】P6

「販売価格見直し」が最も多く、「諸経費削減」が続いているが、その他にも様々な対策が実施されている。

【コスト上昇に対する価格転嫁について】P7

価格転嫁度合いを「30%以下」とした回答が増加しており、価格転嫁出来ない理由も前回と変化が見られず、状況は好転していない。

【人材不足・確保の状況について】P8

前回と大きな相違はないが、飲食業における人材不足感は一旦落ち着いており、今後の動きも注視したい。

【最低賃金引き上げの影響について】P9～10

政府の最低賃金目標については、賛成が3割弱、反対は5%にとどまっており、引き上げの影響については大きな懸念を感じていない事業所も多い。

【コロナ禍以降の新たな取り組みについて】P11

「新規顧客発掘」が最多となり、「人材強化」がこれに次いでいる。

【生成AIの活用について】P12～13

本格的な事業活用には至っていないが、「今後利用してみたい」との声も少なからずあり、活用事例の提供や安心して利用できるためのルール作りなどが肝要となる。

【資金繰りについて】P14

資金繰りが「厳しい」とする声は徐々に減じているが、飲食業においては厳しいとの回答も続いている。

【今後期待する支援について】P15

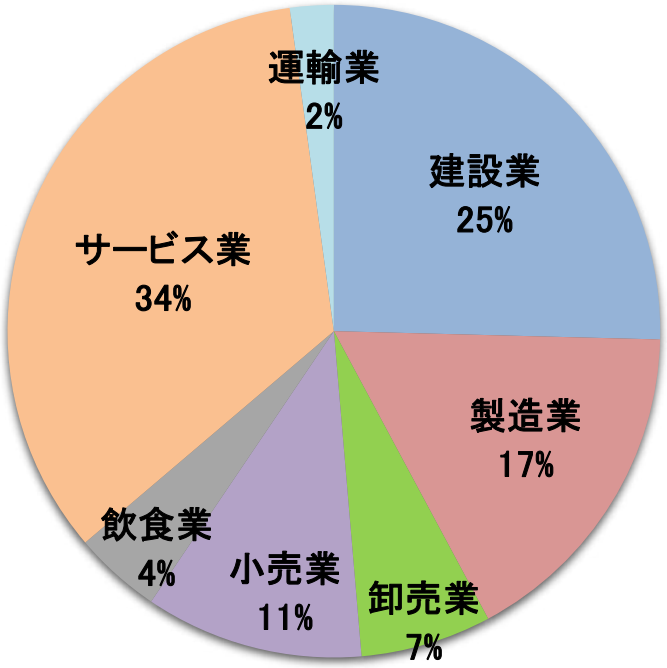
求める支援としては、「補助金」に次いで「人材紹介・マッチング」「デジタル化推進」などが多く出ているが、「インボイス対応」や「販路拡大」についても支援要望が挙がっている。

回答事業所の属性について

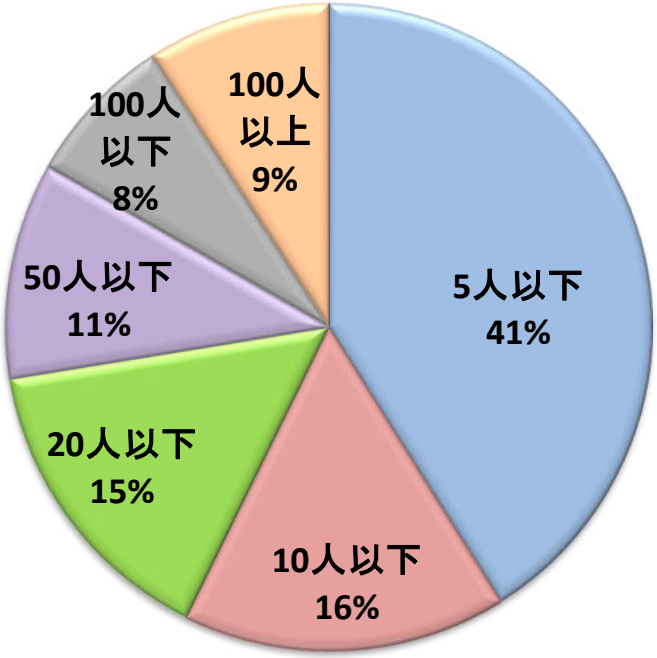
●回答頂いた事業所（201社）の業種については、サービス業が34%で最も多く、建設業が25%、製造業17%、小売業11%となっている。

●従業員規模については、5人以下が41%、6～10人が16%、・11～20人が15%で、100名以上の事業所からの回答は約1割となっている。

【業種構成】



【従業員数】



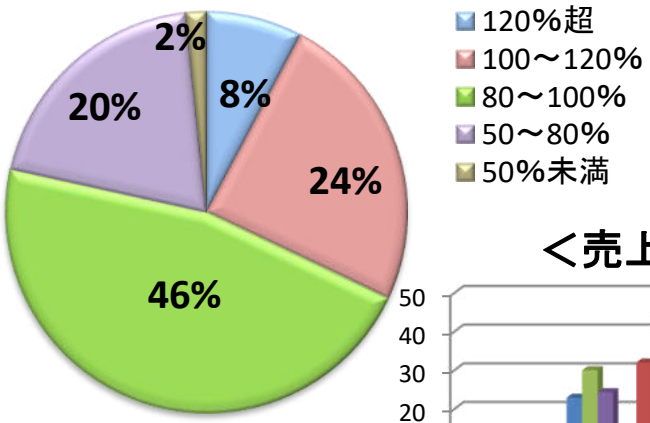
コロナ前との比較①　売上状況・営業利益

●コロナ前と現在の売上比較では、100%以上とした回答は前回調査時より6ポイント減の32%となったが、80%～100%は7ポイント増、また、50%以下との回答は前回同様2%となっており、全体的には回復が進んでいることがうかがえる。

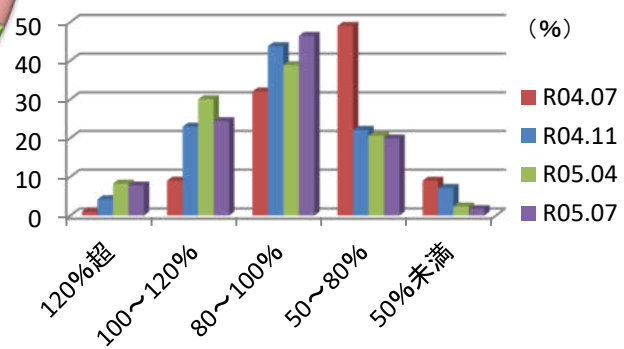
●業種別に見ると、運輸業において100%以上との回答が無く、製造業では50%未満が唯一1割を超えるなど回復の遅れが見られたが、飲食業では5割の事業所がが100%以上と回答している。

●営業利益の比較については約3割が8割未満としており、その中で50%未満も1割弱あるなど、前回調査時と同様、利益は売上回復程までは向上していない状況が分かる。

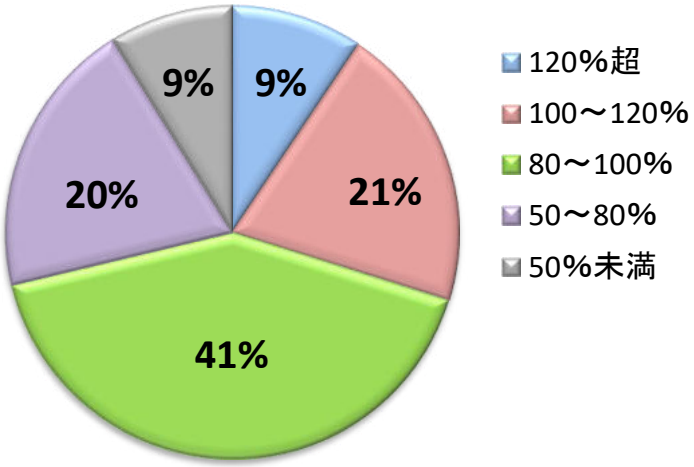
【売上状況の比較】



＜売上過去比較＞



【営業利益の比較】

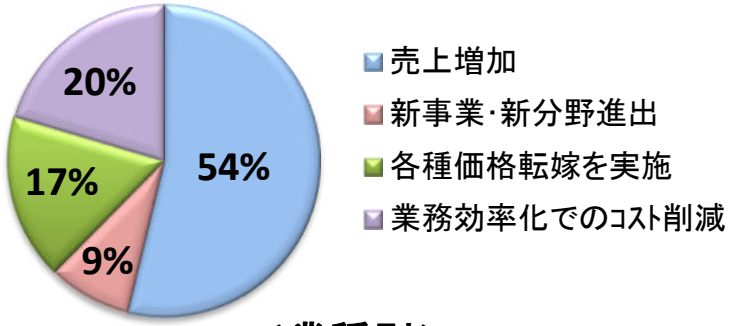


コロナ前との比較②　営業利益の増減理由について

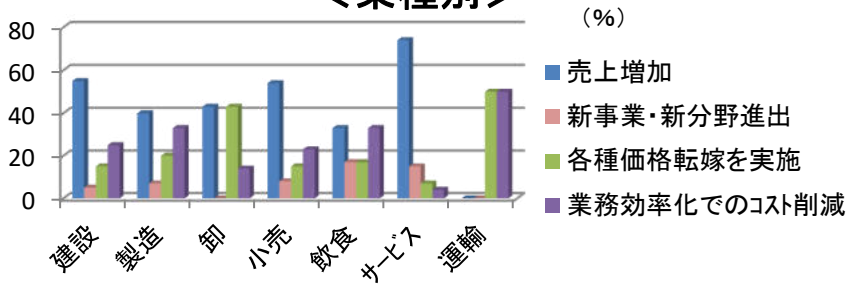
●営業利益増加の要因では、「売上増加」が半数以上（54%）だが、「各種価格転嫁の実施」は前回から2ポイントダウン（17%）しており、一方、「業務効率化でのｺｽﾄ削減」は4ポイントアップ（20%）するなど、価格転嫁が進まない中で経営改善に取り組んでいる状況が見て取れる。
●業種別では、建設・小売・サービス業で「売上増加」が半数を超えており、製造・飲食・運輸業では「業務効率化でのｺｽﾄ削減」が3割を超えている。

●営業利益減少の要因については、「売上減少」が3割超となり、「原材料価格高騰」が23%、「人件費引上げ」が15%となっている。
●業種別では、製造・小売業にて「売上減少」が4割を超え、飲食業では「原材料価格高騰」が最も選択されおり（40%）、運輸業では「人件費引上げ」が他業種より多く選択されている。

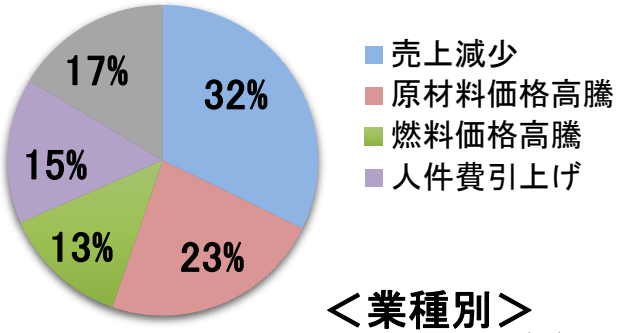
【営業利益増加の要因】



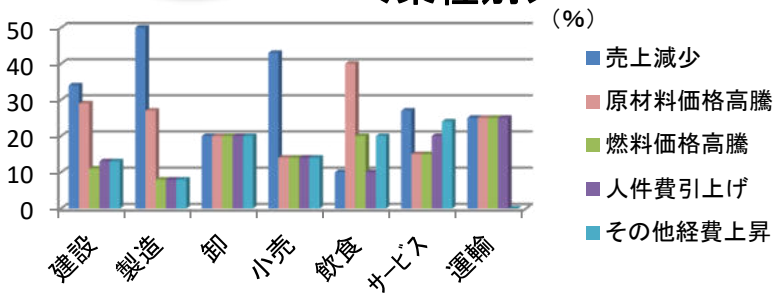
＜業種別＞



【営業利益減少の要因】



＜業種別＞

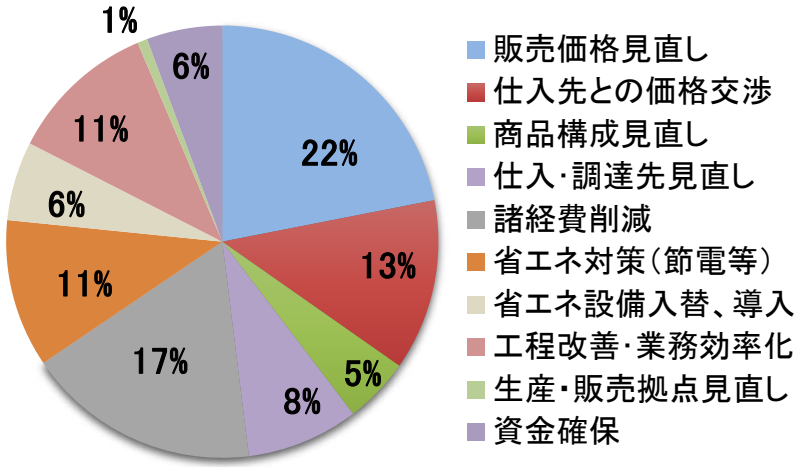


原材料等高騰への対策について

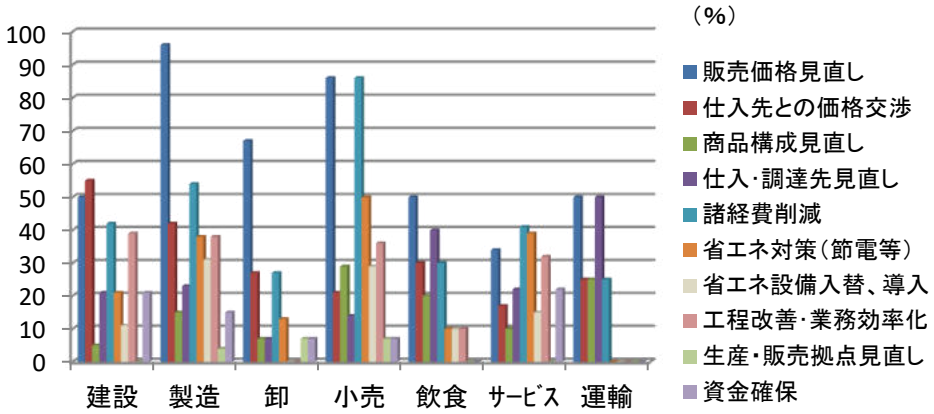
●原材料等高騰に対して実施した、また今後実施予定の対策については、「販売価格見直し」が最も多く（22%）、「諸経費削減」がこれに次ぎ（17%）、その他 1割以上の選択があったのが「仕入先との価格交渉」「工程改善・業務効率化」「省エネ対策」となっている。

●業種別には、製造業の9割以上、小売業の8割以上が「販売価格見直し」を挙げており、小売業では「諸経費削減」も8割以上の事業所が選択している。また、建設業では「仕入先との価格交渉」が最も多く挙げられた。

【原材料等高騰への対策について】
（複数回答可）



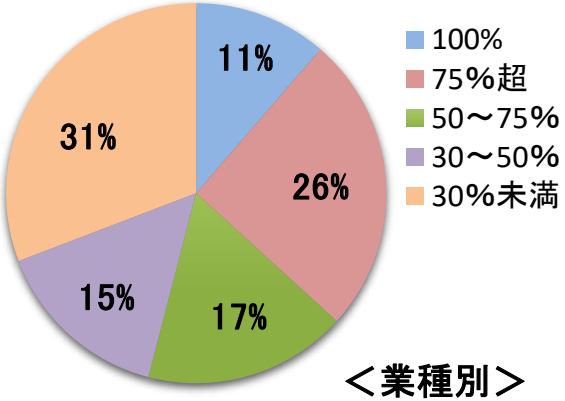
＜業種別＞



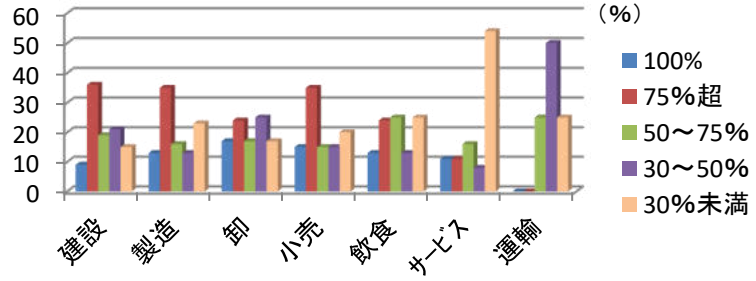
コスト上昇に対する価格転嫁について

●コスト上昇に対する価格転嫁の状況については、転嫁できたのは全体の「30%未満」とする回答が前回より5ポイント増加して3割を超え最多となり、「30～50%」が4ポイント増、「100%転嫁済」は4ポイント減など、価格転嫁の状況が前回から好転していないことが分かる。
●特にサービス業において「30%未満」が半数を超え（54%）、全体の数字を押し上げている他、運輸業では「50%未満」が75%を占めたが、唯一小売業にて「75%以上」が半数となった。
●価格転嫁できた理由は、前回同様「取引先との関係構築・交渉努力」が約半数だが、転嫁出来ていない理由についても、前回同様「今後への影響を考えると交渉を持ちかけられない」が約半数で最多となっており、状況に変化は見られない。

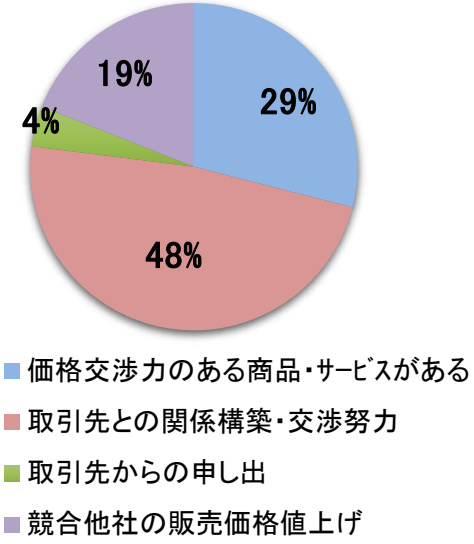
【価格転嫁の度合いについて】



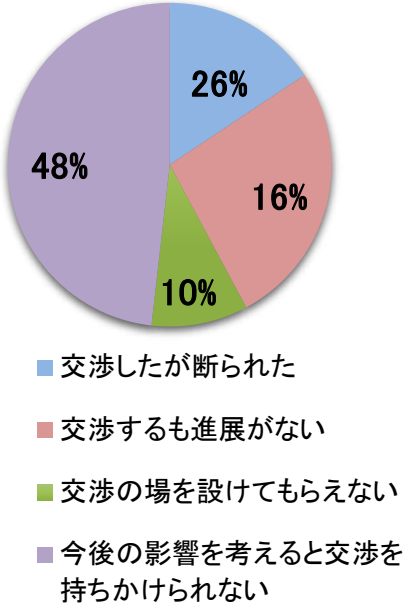
＜業種別＞



【価格転嫁できた理由】



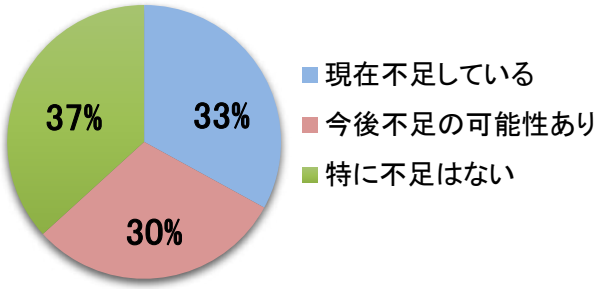
【十分価格転嫁できない理由】



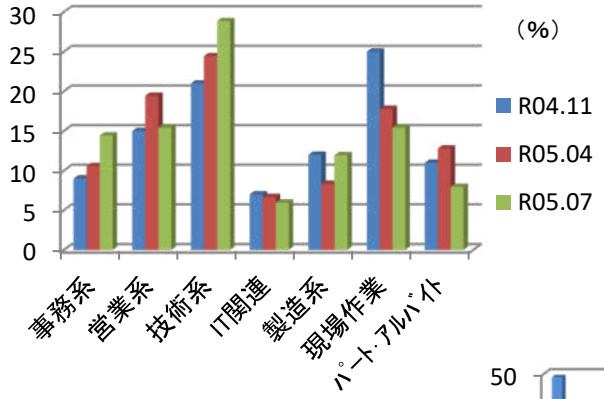
人材不足・確保の状況について

●人材不足の状況は全体的に前回と大きな差はなく、「現在不足している」が微減（7ﾎﾟｲﾝﾄ減）し、「今後不足の可能性あり」が微増（6ﾎﾟｲﾝﾄ増）しているのは、4月採用の影響も考えられる。
●業種では、「現在不足している」が前回から建設業 8ポイント減、製造業 15ポイント減のほか、飲食業では前回の67%から29%へと大幅に減少しているが、今後を注視したい。
●人材不足の職種については、「技術系」が約3割で最多となっており、「事務」「営業」「現場作業」が同数（15%）で続いている。
●人材不足への対処方法については、多くの業種で「正社員増員」が最多となる中、飲食業では「非正規社員増員」が4割超で最多となった。

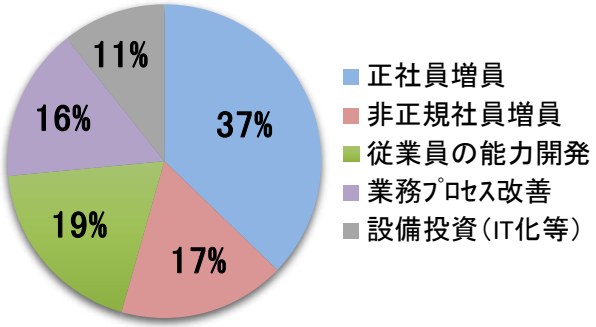
【 人材不足・確保の状況】



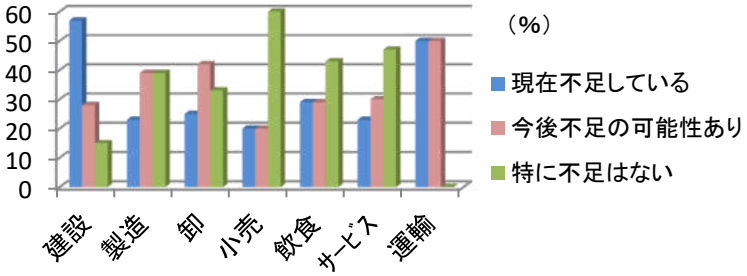
【不足している
（今後不足する可能性がある）職種】



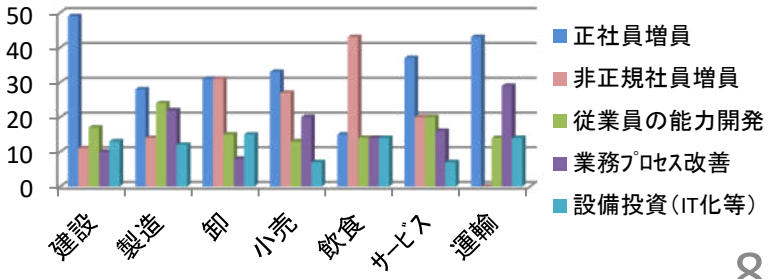
【不足人材への対処方法について】



＜業種別＞



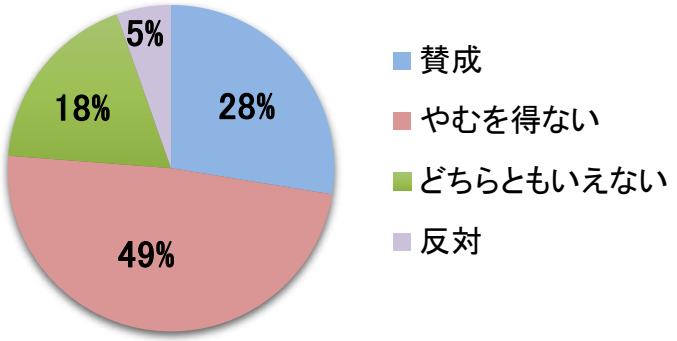
＜業種別＞



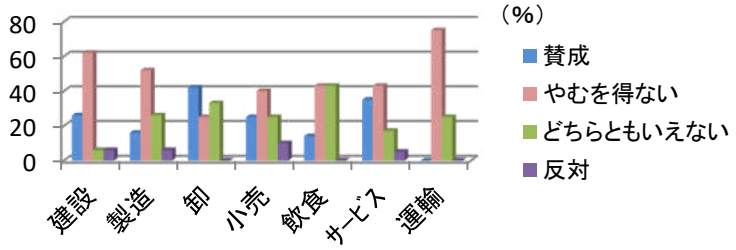
最低賃金引き上げの影響について①

●政府が掲げる最低賃金目標（全国加重平均1,000円引上げ）については、「賛成」が3割弱、物価高・人材確保等の観点から「やむを得ない」が約半数となり、「反対」は5%にとどまるなど、賃上げの趨勢に抗えない現状が伺える。
●業種別では、飲食業にて「やむを得ない」と「どちらともいえない」が同数、卸業では「賛成」が最多のほか、運輸業においては「賛成」の声は無く、「やむを得ない」が7割以上となった。
●埼玉県の最低賃金が千円超となった際の影響については、「影響がある」（38%）よりも「影響はない」（41%）の方が多く選択されており、既に埼玉県では令和4年時点で984円となっていることも要因と思われるが、飲食業・運輸業においては「影響がある」が5～6割となった。

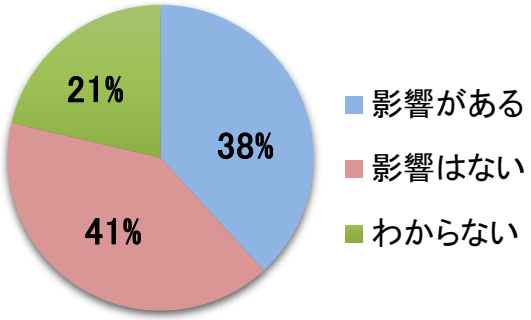
【 政府の最低賃金引上げ推進について】



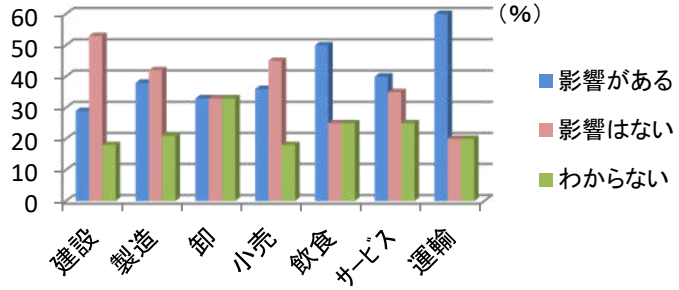
＜業種別＞



【埼玉県の最低賃金が千円超となる際の影響について】



＜業種別＞

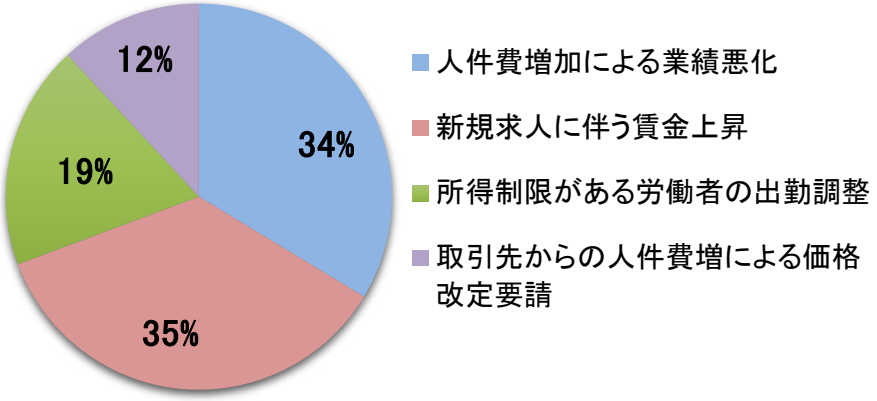


最低賃金引き上げの影響について②

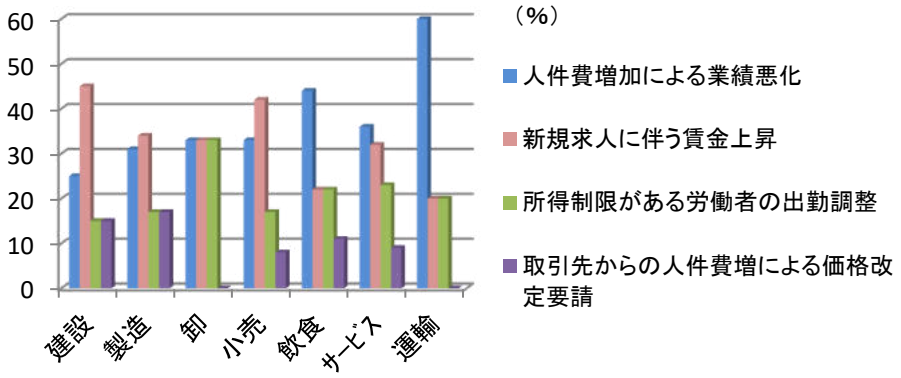
●埼玉県にて最低賃金が千円超となった際の影響については、「人件費増加による業績悪化」「新規求人に伴う賃金上昇」がそれぞれ3割超となっており、人件費増加に対しての懸念が大きくなっている。

●いずれの業種においても、人件費への影響に加え、所得制限に伴う出勤調整や、人件費増による価格改定への対応なども想定しているが、飲食・サービス・運輸業においては、「人件費増加による業績悪化」を懸念する声が最も多くなっている。

【 最低賃金引き上げ　による影響】



＜業種別＞

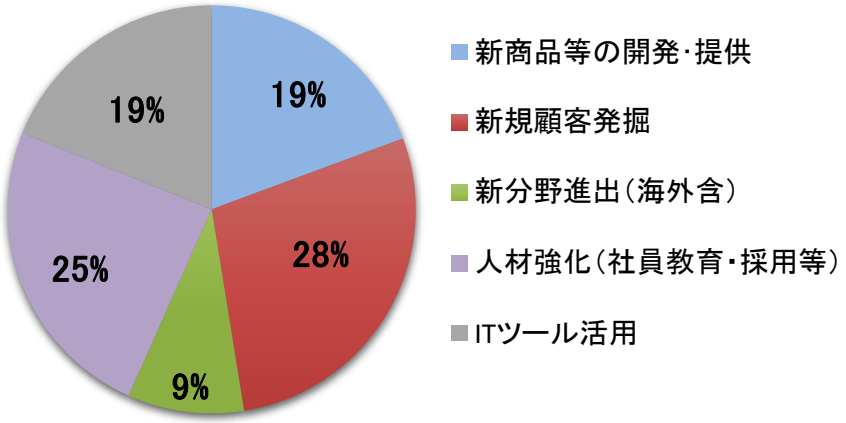


コロナ禍以降の新たな取り組みについて

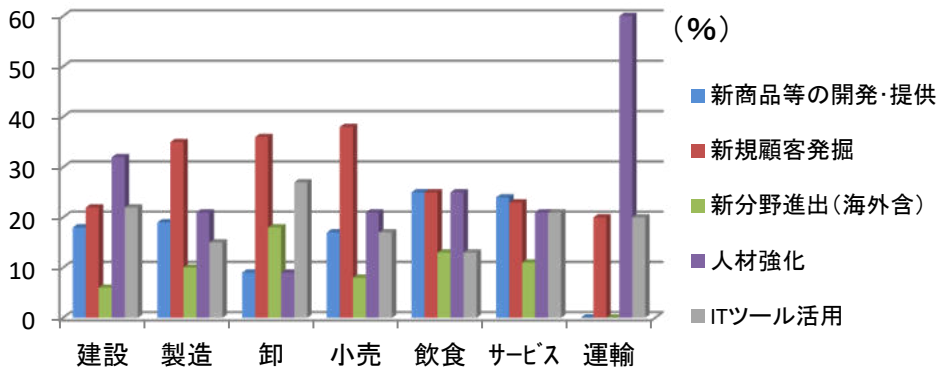
●コロナ禍以降の新たな取り組みとしては、「新規顧客発掘」が3割弱、「人材強化」が2割強となり、「新商品等の開発・提供」「ITツールの活用」が各約2割となっている。

●業種別では、建設業と運輸業にて「人材強化」が最も多く、サービス業は「新商品等の開発、提供」、その他の業種では「新規顧客発掘」が多く選択された。

【コロナ禍以降の新たな取り組み】



＜業種別＞

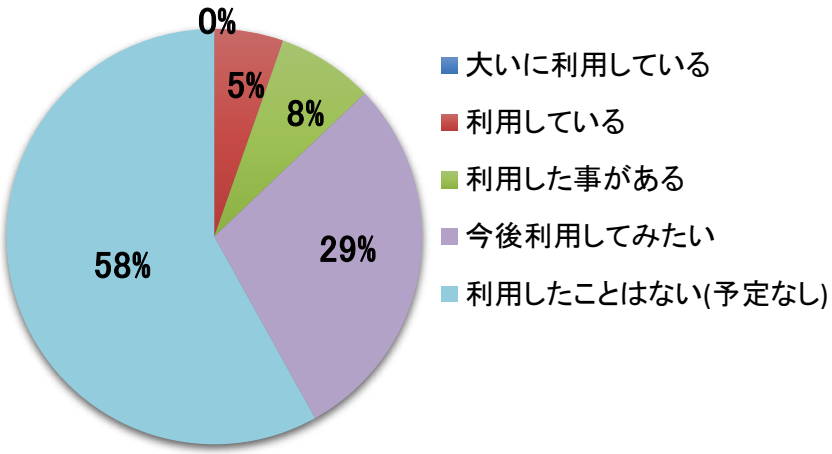


生成AIの活用について①

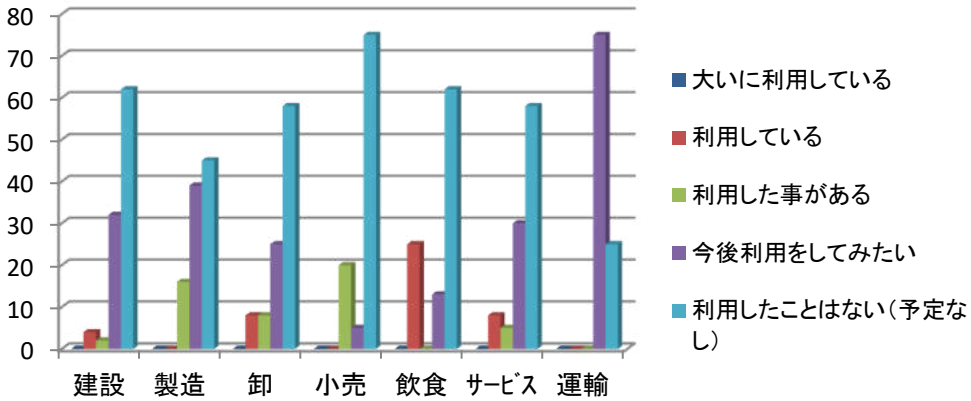
●生成AI（ChatGPT等）の業務利用については、「大いに活用している」との回答は無く、「利用した事がない」が6割弱となったものの、「利用している」と「利用したことがある」で13%、「今後利用してみたい」も3割弱となった。

●業種別には、「利用している」が最も多かったのは飲食業で25%、「利用したことがある」も含めて2割を超えたのは飲食業と小売業で、製造・小売・運輸業での利用は無かった。

【生成AI の業務利用について】



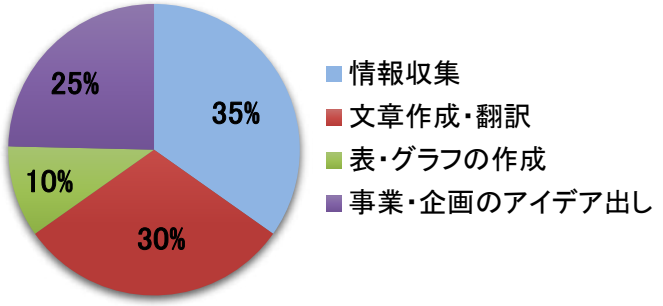
＜業種別＞



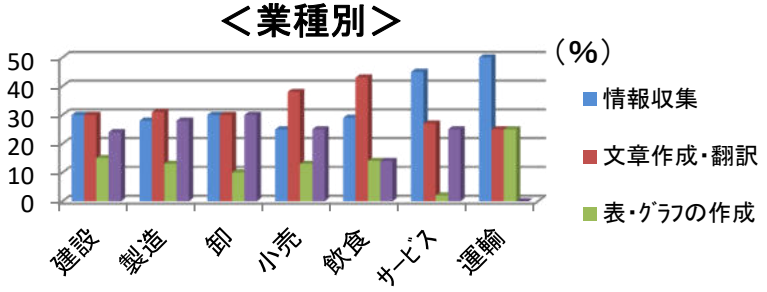
生成AIの活用について②

●生成AIを利用した目的については、「情報収集」が最多で35%、「文章作成・翻訳」が30%と続いており、現時点では本格的な業務利用ではなく補助的な活用が中心であることがうかがえる。
●業種別には、小売・飲食業では「文書作成・翻訳」が、サービス・運輸業では「情報収集」が利用目的として多く選択されている。
●生成AIを利用しない理由については、「必要性を感じない」が4割強となっており、その他「利用ルールが整備されていない」「利用方法が分からない」が各2割弱で、業種別に見ても同様の傾向となっていることから、業務でどのように利用出来るか分からないことや、安全性への不安などが感じられ、活用事例の提供やルール作りとその浸透が肝要と言える。

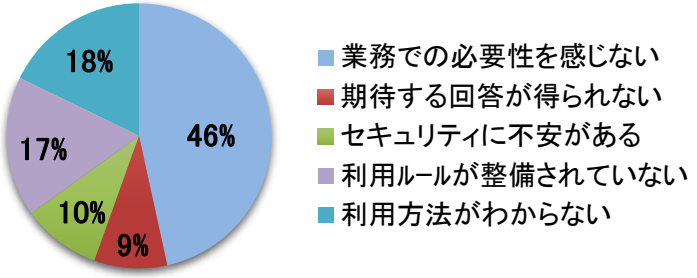
【生成AI の利用目的について】



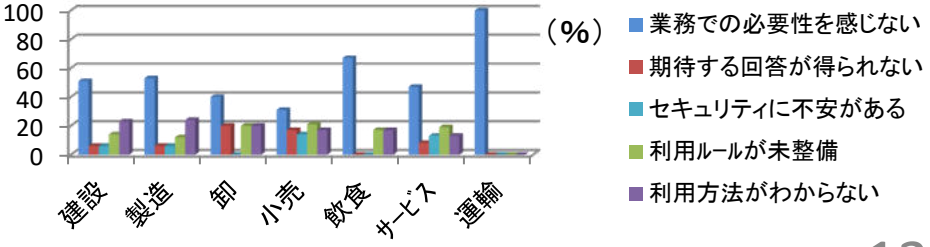
＜業種別＞



【生成AI を利用しない理由について】



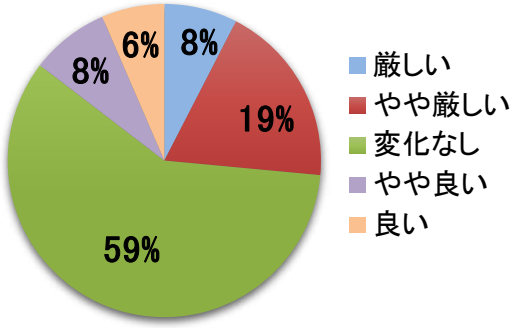
＜業種別＞



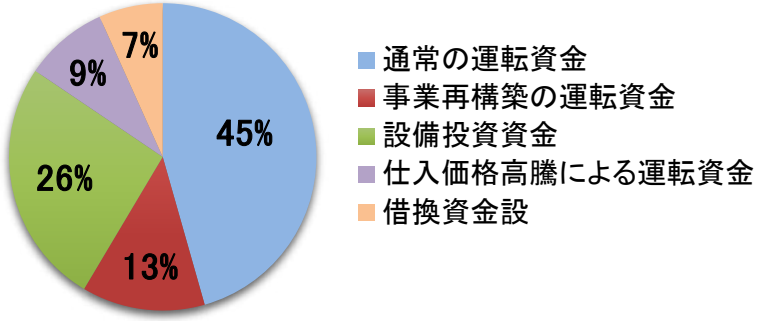
資金繰りの状況について

●「現在の資金繰りの状況」については、約6割が「変化なし」としており、過去調査との比較では、「厳しい」「やや厳しい」の減少傾向と「良い」「やや良い」の増加傾向が続いているが、飲食業においては、前回の「厳しい」「やや厳しい」が併せて75%から13ポイント減少しているものの、依然6割以上が厳しい状況と回答している。
●「必要な資金の使途」については、前回同様「通常の運転資金」が最も多いながら微減（3ポイント減）しており、「事業再構築の運転資金」が微増（4ポイント増）している。
●業種別では、製造業にて「事業再構築」と「設備投資」の合計で半数、小売業では「設備投資」が半数、また、飲食業では「仕入価格高騰による運転資金」が4割強となっている。

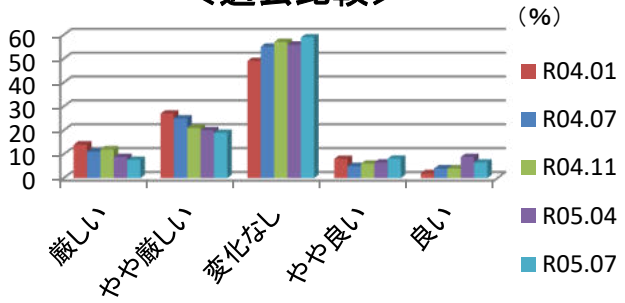
【現在の資金繰り状況について】



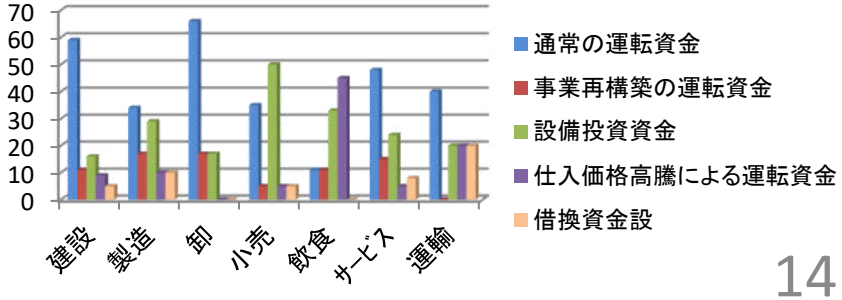
【必要な資金使途】



＜過去比較＞



＜業種別＞

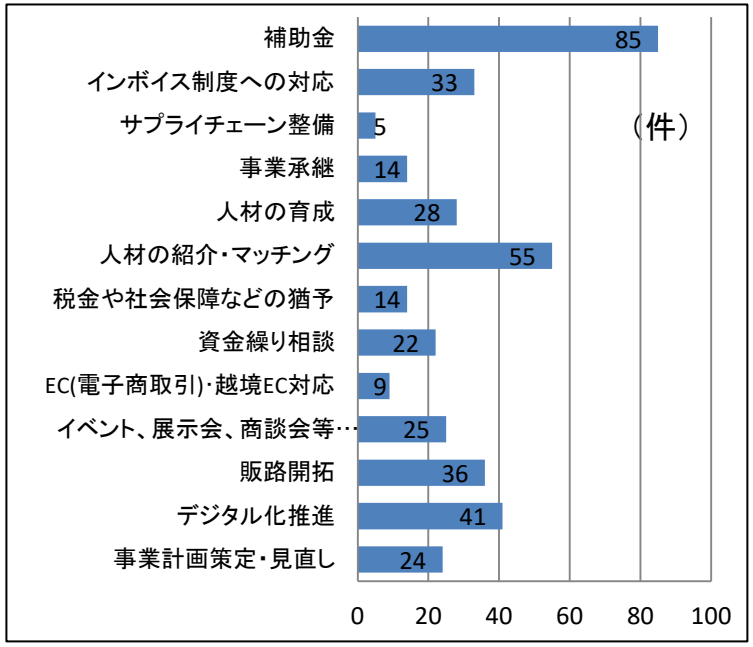
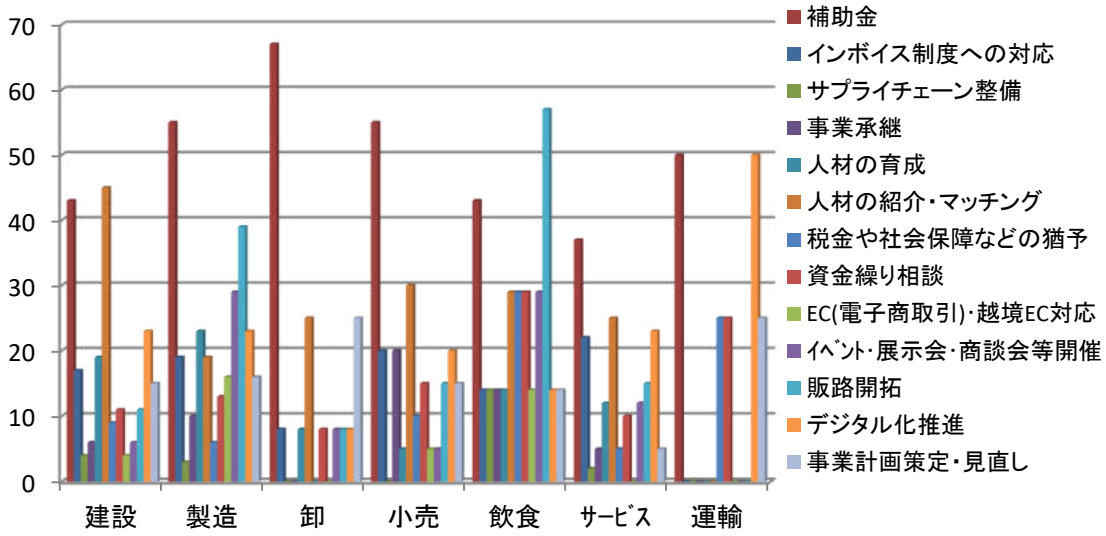


今後期待する支援について

●「今後期待する支援」については、これまで同様「補助金」が最も多く、「人材紹介・マッチング」「デジタル化推進」がこれに次いでいるが、「インボイス制度への対応」や「販路開拓」についても支援を求める声が挙がっている。

●業種別では、建設業にて「人材紹介・マッチング」が、飲食業においては「販路開拓」が、「補助金」よりも多く選択されており、前向きな経営展開を進める姿勢と捉えられる。

【今後期待する支援】



＜業種別＞