



2022年度会員アンケート 調査結果

2022年11月24日
静岡商工会議所



調査目的：会員事業所の当所へのニーズや社会経済環境の変化に対する状況等を把握し、今後の施策に反映させるため。

調査期間：2022年9月1日～30日

調査方法：一部記述を含む選択式アンケート調査。
FAXまたはGoogle Formsから回答

調査対象：任意抽出した会員事業所
1,300社
(当所役議員・商工振興委員・部会運営委員 他)

回答社数：444社（回答率34.2%）

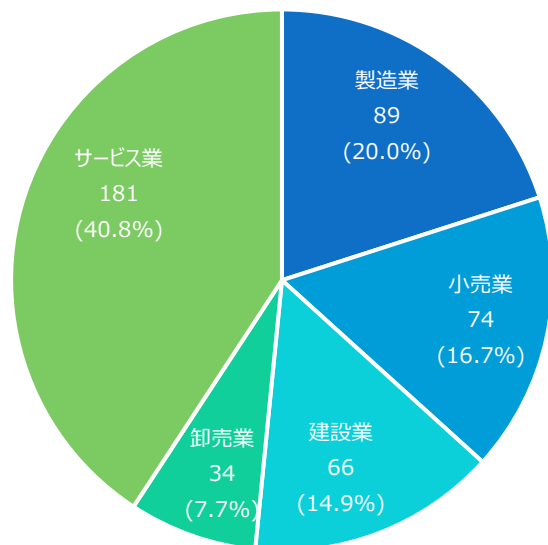
調査内容

1. 商工会議所活動について
2. 原油原材料等の価格高騰の影響について
3. 兼業・副業等の外部人材活用について
4. ITの導入状況について
5. カーボンニュートラルへの対応について

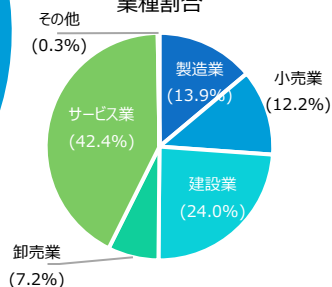


回答事業所の概要

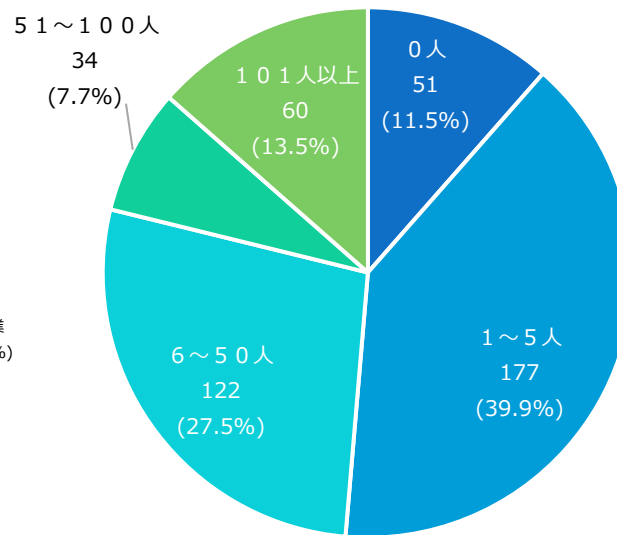
業種



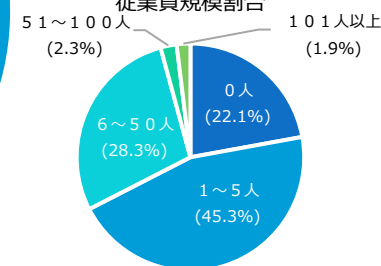
(参考)全会員事業所業種割合



従業員規模



(参考)全会員事業所従業員規模割合



■ 製造業 ■ 小売業 ■ 建設業 ■ 卸売業 ■ サービス業

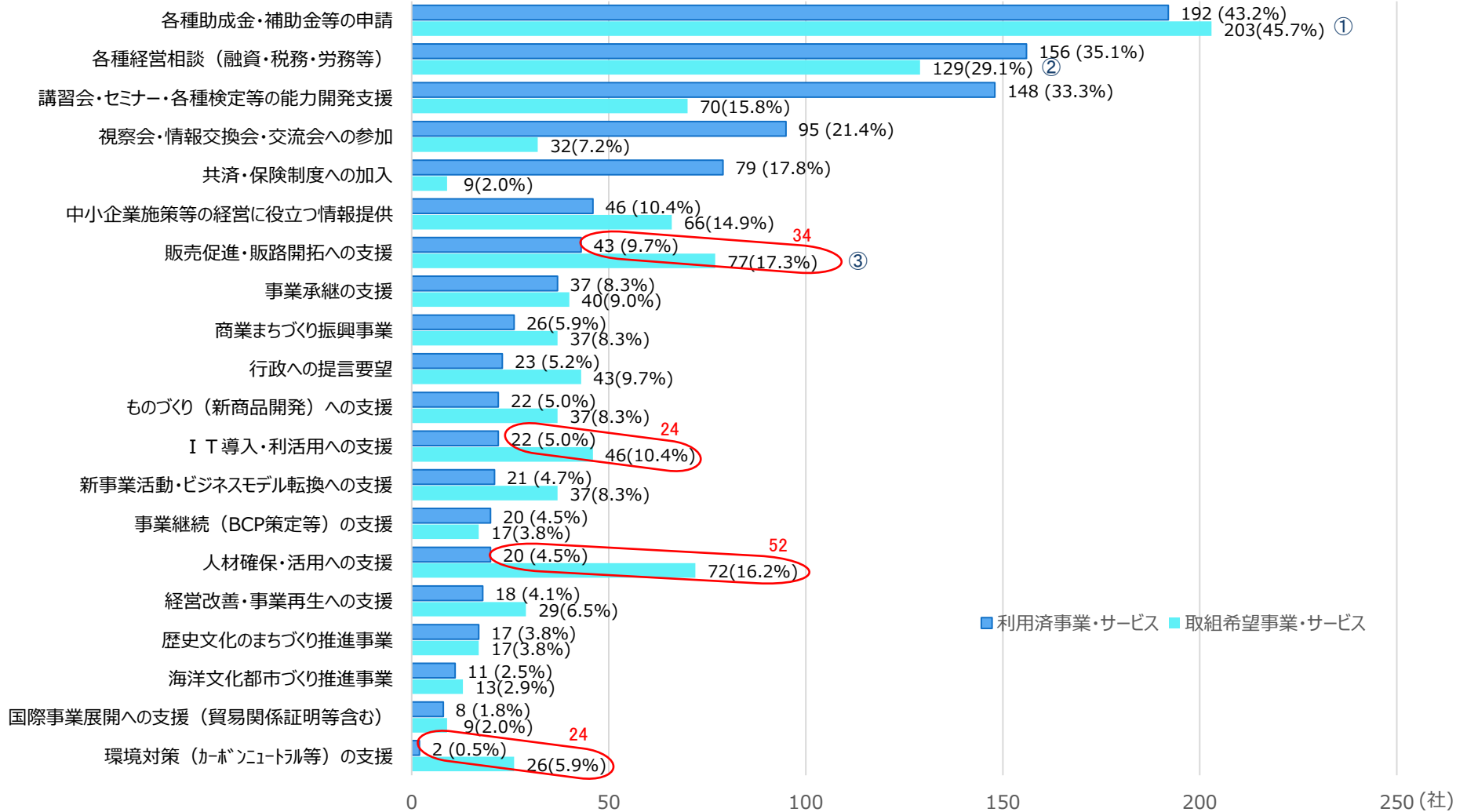
■ 0人 ■ 1～5人 ■ 6～50人 ■ 51～100人 ■ 101人以上

	製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	合計	割合
0人	4	10	11	4	22	51	11.5%
1～5人	27	44	21	11	74	177	39.9%
6～50人	33	8	27	9	45	122	27.5%
51～100人	8	0	2	6	18	34	7.7%
101人以上	17	12	5	4	22	60	13.5%
合計	89	74	66	34	181	444	100.0%
割合	20.0%	16.7%	14.9%	7.7%	40.8%	100.0%	

Ⅱ. 調査結果 1. 商工会議所活動について



問1,問2 当会議所の利用状況と希望する事業やサービスについて





利用したことがある商工会議所の事業・サービスでは、「各種助成金・補助金等の申請」が192社（43.2%）で最も多く、「各種経営相談」が156社（35.1%）、「講習会・セミナー等の能力開発支援」が148社（33.3%）で続いた。

最も力を入れて取り組んで欲しい事業では、「各種助成金・補助金等の申請」が203社（45.7%）で最も多く、特に望まれていることが数字で表れた。次いで「各種経営相談」が129社（29.1%）、「販売促進・販路開拓への支援」が77社（17.3%）で続いた。

〈最も力を入れて取り組んで欲しい事業〉から〈利用したことがある事業〉を差し引いた社数を見ると、「人材確保・活用支援」が52社で最も多い。「販売促進・販路開拓への支援」が34社、「IT導入・利活用への支援」、「環境対策（カーボンニュートラル等）の支援」が24社で続いた。

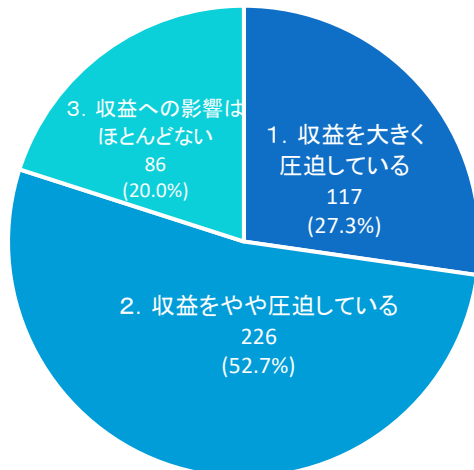
問3 当会議所からの情報提供は、どのような媒体を希望しますか（複数回答可）

1. 広報誌「Sing、Bizサポート」	277	64.9%	当会議所からの情報提供を希望する媒体については、「広報誌」が277社（64.9%）と紙媒体を希望する声が最も多かった。
2. E-Mail	134	31.4%	
3. HP	114	26.7%	
4. LINE	80	18.7%	次いで「E-Mail」が134社（31.4%）、「HP」が114社（26.7%）という順になった。
5. 職員の巡回	42	9.8%	
6. FAX	29	6.8%	
7. Facebook	11	2.6%	



問4 原油原材料等の価格高騰による経営への影響について

	全体		業種別					規模別				
			製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	0人	1～5人	6～50人	51～100人	101人以上
収益を大きく圧迫している	117	27.3%	38 44.2%	18 25.0%	21 32.8%	8 25.8%	32 18.2%	11 23.4%	34 20.1%	38 31.9%	9 26.5%	25 41.7%
収益をやや圧迫している	226	52.7%	44 51.2%	43 59.7%	40 62.5%	22 71.0%	77 43.8%	22 46.8%	96 56.8%	60 50.4%	19 55.9%	29 48.3%
収益への影響はほとんどない	86	20.0%	4 4.7%	11 15.3%	3 4.7%	1 3.2%	67 38.1%	14 29.8%	39 23.1%	21 17.6%	6 17.6%	6 10.0%
合計	429		86	72	64	31	176	47	169	119	34	60



原油原材料等の価格高騰により、343社（80.0%）の事業者が影響を受けている。

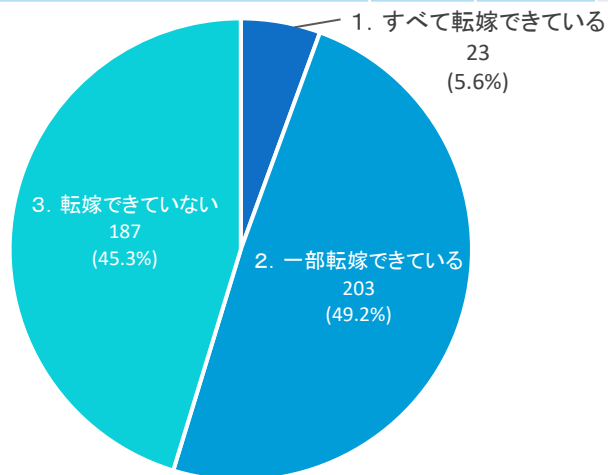
業種別に見ると、製造業が大きく影響を受けており、卸売業については、「経営をやや圧迫している」が22社（71.0%）と今後の動向次第で影響を大きく受ける可能性がある。サービス業では67社（38.1%）がほとんど影響を受けなかった。

規模別では、従業員数101人以上の事業所で他の規模に比べ「収益を大きく圧迫している」割合が高い。



問5 原油原材料等の価格高騰を価格に転嫁できていますか

	全体		業種別					規模別				
			製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	0人	1～5人	6～50人	51～100人	101人以上
すべて転嫁できている	23	5.6%	4 4.7%	3 4.4%	4 6.3%	1 3.1%	11 6.7%	2 4.3%	13 8.1%	8 7.0%	0 0.0%	0 0.0%
一部転嫁できている	203	49.2%	56 65.9%	38 55.9%	31 48.4%	27 84.4%	51 31.1%	15 32.6%	75 46.6%	62 54.4%	20 60.6%	31 52.5%
転嫁できていない	187	45.3%	25 29.4%	27 39.7%	29 45.3%	4 12.5%	102 62.2%	29 63.0%	73 45.3%	44 38.6%	13 39.4%	28 47.5%
合計	413		85	68	64	32	164	46	161	114	33	59



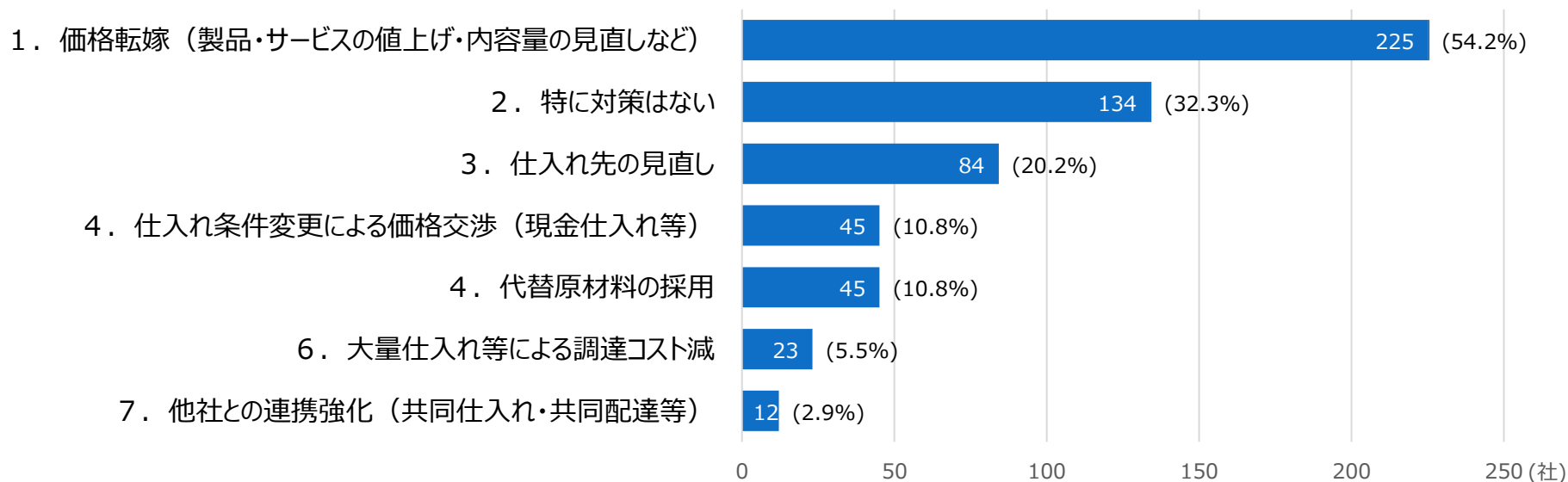
原油原材料等の価格高騰を価格に転嫁できているかの設問に対し、すべて価格転嫁できているのは、23社（5.6%）にとどまった。

業種別に見ると、卸売業では「すべて・一部転嫁できている」が28社（87.5%）と高く、逆にサービス業では、102社（62.2%）が転嫁できていない。

規模別では、従業員数0人の事業所で他の規模に比べ「転嫁できていない」割合が高かった。



問6 原油原材料等の価格高騰に対する取り組みを教えてください(複数回答可)



原油原材料等の価格高騰に対する取り組みでは、製品・サービスの値上げや内容量の見直しなどの「価格転嫁」が225社（54.2%）で最も多かった。

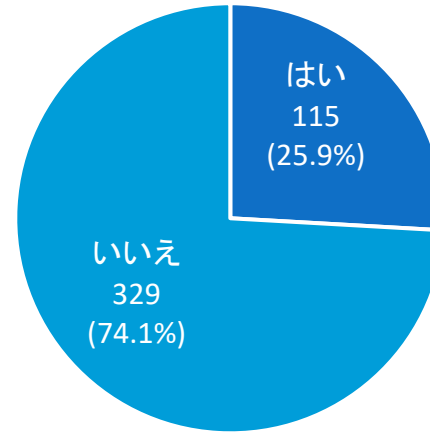
次いで「特に対策はない」が134社（32.2%）と、原材料価格の高騰に対応できていない事業者が多いことが伺える。

次に「仕入れ先の見直し」、「仕入れ条件変更による価格交渉」、「代替原材料の採用」が続いており、何とか商品・サービスの価格を変えずに対応しようとしている様子も伺える。



問7 貴社では兼業・副業等の外部人材の導入を検討したいですか

はい	115	25.9%
いいえ	329	74.1%



兼業・副業等の外部人材の導入を検討したい事業所数は115社（25.9%）だった。

	導入を検討したい	業種別の割合
製造業	27	30.3%
小売業	16	21.6%
建設業	13	19.7%
卸売業	10	29.4%
サービス業	49	27.1%
全体	115	25.9%

業種別に見ると、「導入を検討をしたい」の割合が比較的高かった業種は「製造業」が30.3%、「卸売業」が29.4%だった。一方、割合の低かった業種は建設業の19.7%だった。

	導入を検討したい	規模別の割合
0人	7	13.7%
1～5人	38	21.5%
6～50人	38	31.1%
51～100人	8	23.5%
101人以上	24	40.0%
全体	115	25.9%

規模別に見ると、101人以上の事業所の40.0%が導入を検討したいという結果になった。



問8 どのような分野で外部人材の導入を検討してみたいと考えますか(複数回答可)

	全体		業種別					規模別				
			製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	0人	1～5人	6～50人	51～100人	101人以上
業務改善・効率化	39	33.9%	14	5	5	4	11	1	11	16	4	7
新規事業開発	39	33.9%	9	6	5	4	15	4	11	13	3	8
ECサイト・SNS活用	32	27.8%	8	5	0	1	18	2	14	8	1	7
マーケティング	26	22.6%	8	3	1	1	13	5	8	8	0	5
経営企画	20	17.4%	5	3	4	2	6	1	7	9	0	3
広報・PR強化	19	16.5%	3	4	0	2	10	3	6	5	1	4
人事・労務	12	10.4%	2	0	3	2	5	1	1	6	3	1
合計	187		49	26	18	16	78	17	58	65	12	35

問7で外部人材を活用したいと回答した115社に導入したい分野を尋ねたところ、「業務改善・効率化」と「新規事業開発」がそれぞれ39社（33.9%）と最も多く、次いで「ECサイト・SNS活用」が32社（27.8%）で続いた。

業種別に見ると、製造業では「業務改善・効率化」、サービス業では「ECサイト・SNS活用」の需要が最も多く、建設業では「ECサイト・SNS活用」や「広報・PR強化」の需要が全くなかった。

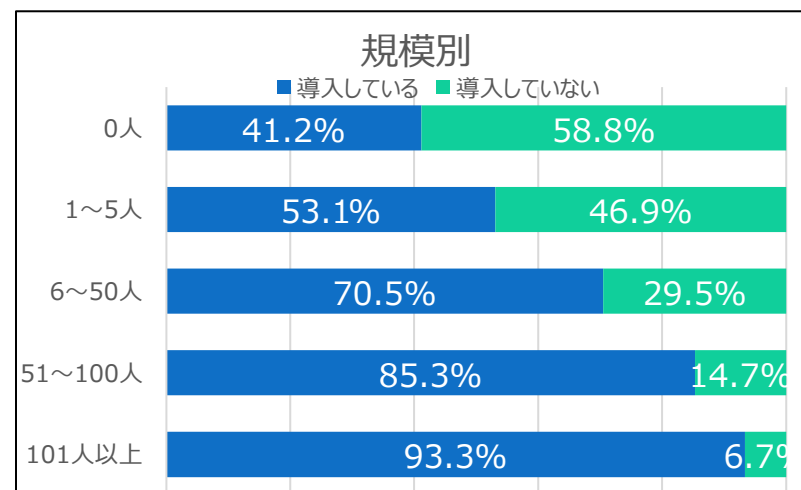
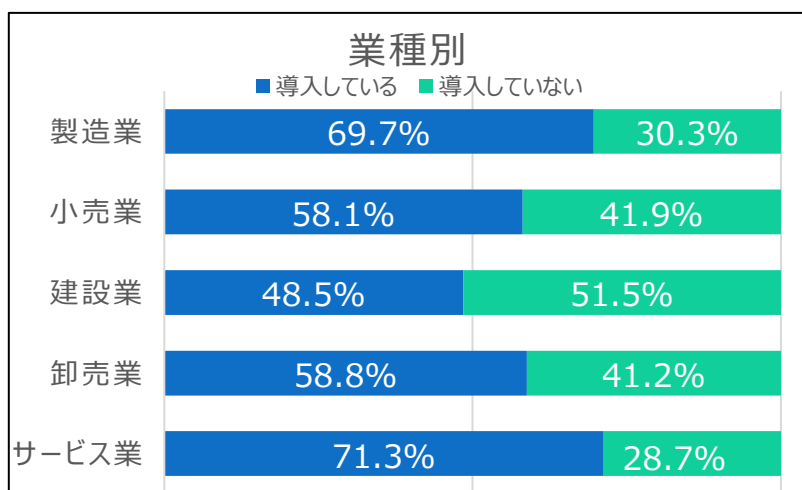
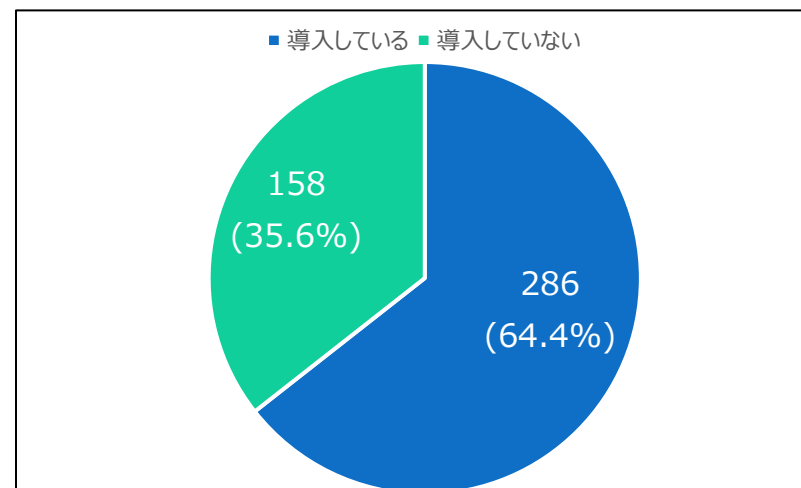


問9 貴社ではIT導入をされましたか

ITの導入状況では、導入済（予定含）事業所が286社（64.4%）だった。

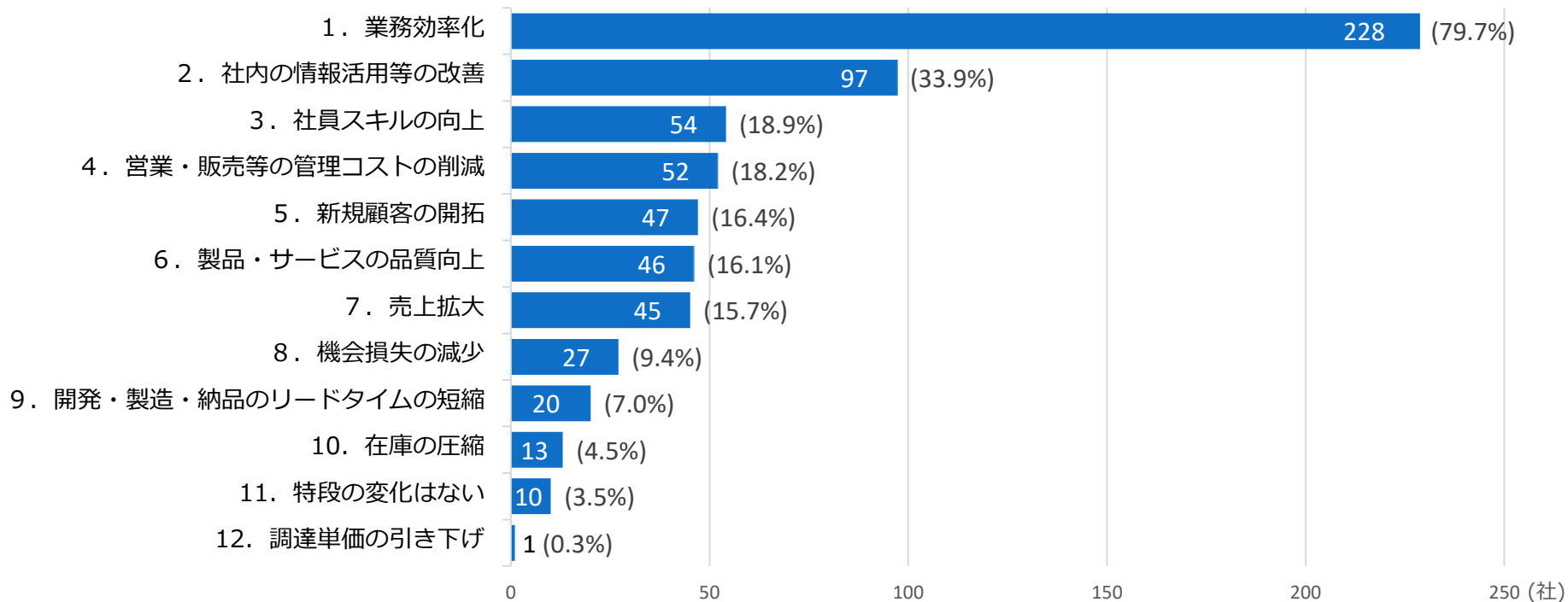
業種別に見ると、サービス業、製造業での導入割合がそれぞれ71.3%、69.7%と高かった。一方で、建設業の導入割合が48.5%と最も低かった。

規模別に見ると、101人以上の事業所の93.3%が導入しているなど、規模と比例して導入割合が増加する結果となった。





問10 IT導入によりどのような効果が得られましたか(複数回答可)



問9でITを導入していると回答した286社にその効果を尋ねたところ、IT導入により得られた効果としては「業務効率化」が圧倒的に多く228社（79.7%）、次いで「社内の情報活用等の改善」が97社（33.9%）と続いた。

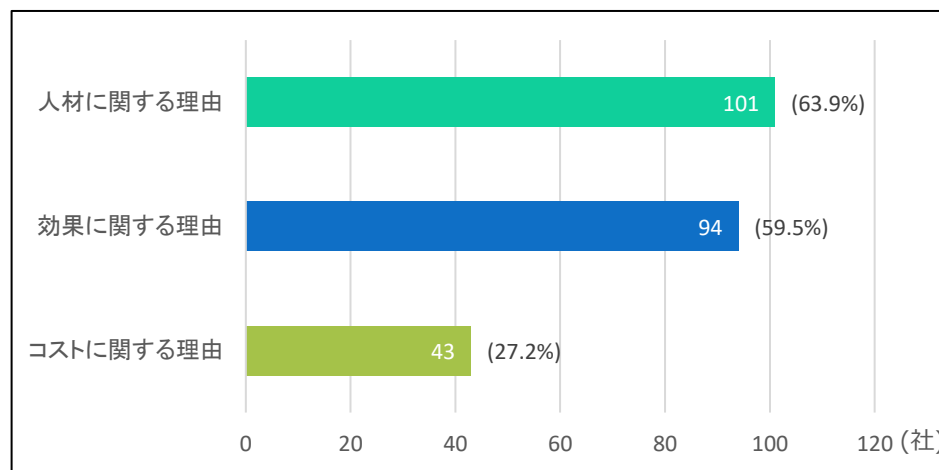
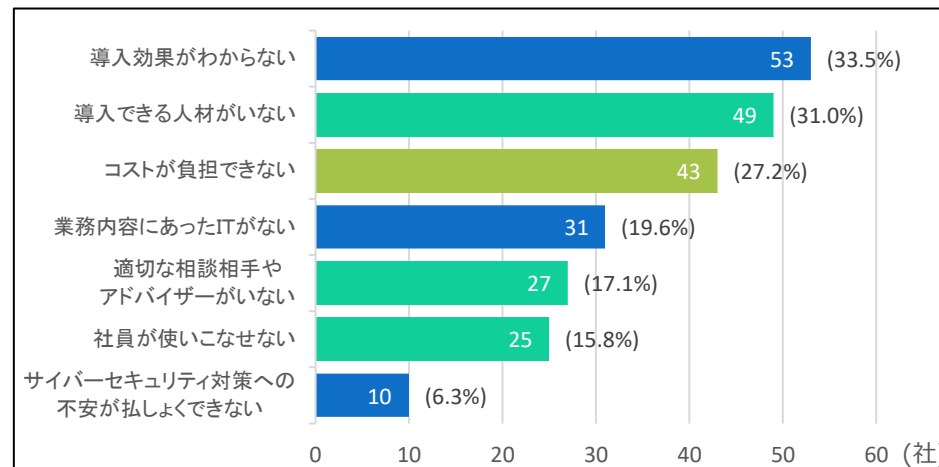


問11 ITが導入できない理由は何ですか(複数回答可)

問9でITを導入していないと回答した158社に理由を尋ねたところ、ITが導入できない理由としては、「導入効果がわからない」が53社(33.5%)で最も多く、次いで「導入できる人材がない」49社(31.0%)、「コストが負担できない」43社(27.2%)と続いた。

一方、「サイバーセキュリティ対策への不安が払しょくできない」は10社(6.3%)と非常に少なかった。

理由をカテゴリー別にまとめてみると、人材に関する理由(導入できる人材がない、適切な相談相手やアドバイザーがない、社員が使いこなせない)が101社(63.9%)で最も多く、3分の2弱の事業所が導入できない理由として挙げている。次に効果に関する理由(導入効果がわからない、業務内容にあったITがない、サイバーセキュリティ対策への不安が払しょくできない)が94社(59.5%)、コストに関する理由(コストが負担できない)が43社(27.2%)の順となった。





問12 自社のエネルギー使用状況・CO2排出量を把握していますか

	全体	業種別					規模別				
		製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	0人	1～5人	6～50人	51～100人	101人以上
把握している	78 18.6%	21 24.1%	8 11.6%	14 22.6%	3 9.7%	32 18.7%	5 10.9%	13 7.8%	21 18.1%	6 18.8%	33 55.9%
把握していないが、今後診断（計測）により把握する予定	62 14.8%	13 14.9%	7 10.1%	7 11.3%	12 38.7%	23 13.5%	6 13.0%	13 7.8%	20 17.2%	8 25.0%	15 25.4%
把握していない （今後も診断（計測）する予定なし）	280 66.7%	53 60.9%	54 78.3%	41 66.1%	16 51.6%	116 67.8%	35 76.1%	141 84.4%	75 64.7%	18 56.3%	11 18.6%
合計	420	87	69	62	31	171	46	167	116	32	59

自社のエネルギー使用状況・CO2排出量の把握状況について、既に把握している事業所は78社（18.6%）で製造業21社（24.1%）と建設業14社（22.6%）が多く、卸売業3社（9.7%）と小売業8社（11.6%）が少なかった。ただし卸売業に関しては、今後診断により把握する予定と回答した事業所割合が38.7%と他の業種に比べて高いという結果となった。

一方で現状把握しておらず、今後も診断する予定のない事業所数は280社（66.7%）となった。特に小売業は54社（78.3%）と他の業種に比べ高い割合となった。

また、規模が大きい事業所程自社のエネルギー使用状況やCO2排出量を把握している傾向があった。



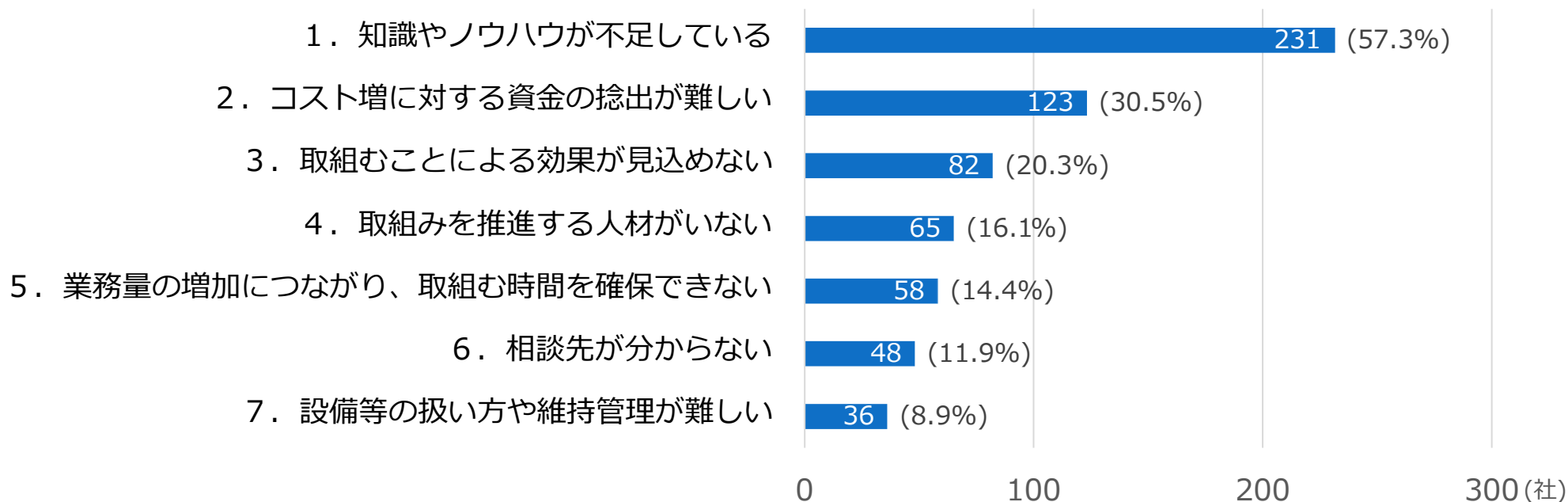
問13 2050年のカーボンニュートラル実現に向けて、既に取り組んでいる (または今後取り組む予定)ものはありますか(複数回答可)

	全体	業種別					規模別				
		製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	0人	1~5人	6~50人	51~100人	101人以上
省エネルギーの推進 (LED照明・インバーター・ヒートポンプの設置など)	207 40.9%	50 40.7%	36 41.9%	25 34.7%	16 43.2%	80 42.6%	14 29.2%	53 29.8%	70 49.6%	18 46.2%	52 52.0%
再生可能エネルギーへの切替 (太陽光発電設備導入、再生可能エネルギー購入など)	64 12.6%	20 16.3%	12 14.0%	4 5.6%	7 18.9%	21 11.2%	3 6.3%	17 9.6%	18 12.8%	6 15.4%	20 20.0%
ISO14001やエコアクション21などの認証取得	37 7.3%	16 13.0%	3 3.5%	9 12.5%	3 8.1%	6 3.2%	0 0.0%	1 0.6%	16 11.3%	3 7.7%	17 17.0%
CO2を吸収・除去する取組 (植林、貯留など)	18 3.6%	8 6.5%	3 3.5%	1 1.4%	1 2.7%	5 2.7%	2 4.2%	7 3.9%	3 2.1%	1 2.6%	5 5.0%
カーボンオフセットの活用 (カーボンオフセット商品等の製造・作成、Jクレジット購入など)	7 1.4%	2 1.6%	2 2.3%	0 0.0%	0 0.0%	3 1.6%	0 0.0%	2 1.1%	1 0.7%	1 2.6%	3 3.0%
取り組んでいない (今後も予定なし)	173 34.2%	27 22.0%	30 34.9%	33 45.8%	10 27.0%	73 38.8%	29 60.4%	98 55.1%	33 23.4%	10 25.6%	3 3.0%
合計	506	123	86	72	37	188	48	178	141	39	100

カーボンニュートラルの実現に向けて取り組んでいる (予定含) ものでは、「省エネルギーの推進」が207社 (40.9%) で最も多かったが、次に多かったのが「取り組んでいない (今後も予定なし)」の173社 (34.2%) で、特に建設業では33社 (45.8%) と高い比率となった。



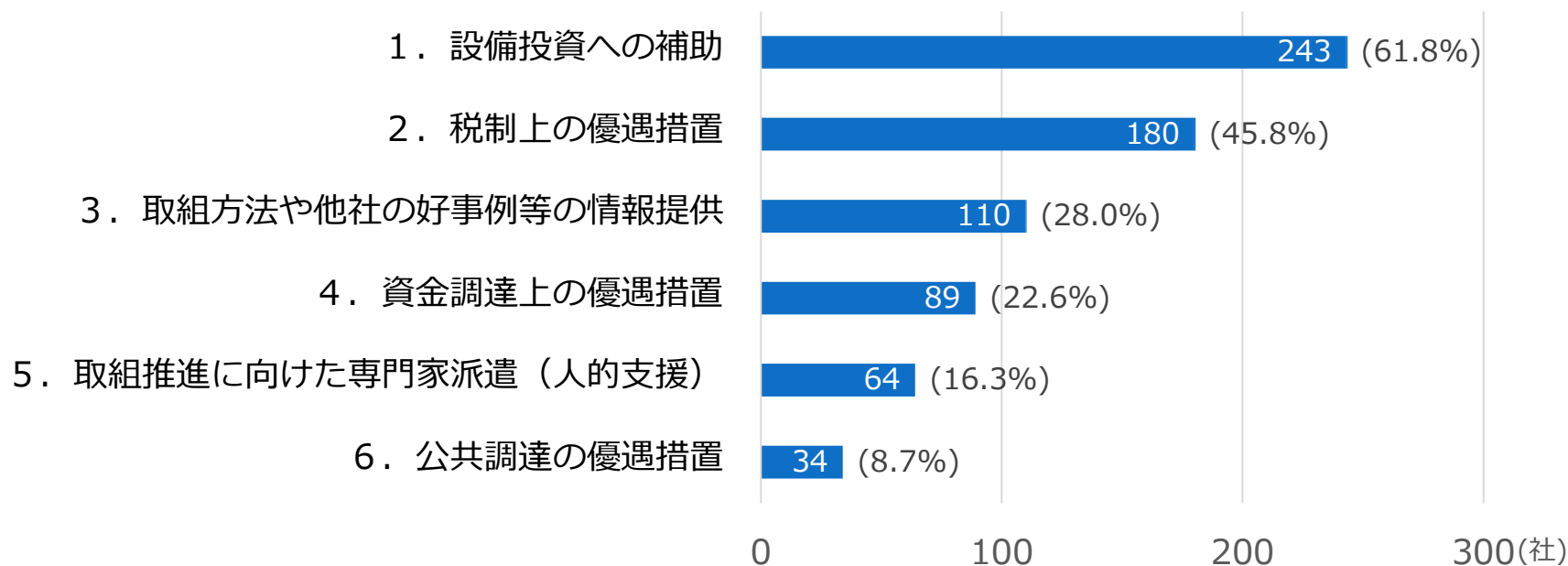
問14 カーボンニュートラルの取組を進める上での課題は何ですか(複数回答可)



カーボンニュートラルの取組を進める上での課題では、「知識やノウハウが不足している」が231社(57.3%)で最も多く、次に多かったのが「コスト増に対する資金の捻出が難しい」の123社(30.5%)、「取組むことによる効果が見込めない」が82社(20.3%)と続いた。



問15 カーボンニュートラルの取組を進めるにあたって、国や行政に求める支援策等は何のようなものがありますか(複数回答可)



カーボンニュートラルの取組を進めるにあたって、国や行政に求める支援策等については、「設備投資への補助」が243社(61.8%)で最も多く、次いで「税制上の優遇措置」が180社(45.8%)と、資金面への支援が続いた。次に「取組方法や他社の好事例等の情報提供」が110社(28.0%)と、知識やノウハウへの要望が続いた。



Ⅲ. 調査結果のポイントと今後の取組みについて

- 利用したことがある事業と力を入れて取り組んでほしい事業では、「①各種助成金・補助金等の申請」、「②各種経営相談」の順となり、コロナや社会経済環境の変化に係る国・県・市等の様々な支援策に対するサポートが、引き続き求められている。
- 利用した事業に比べ、取り組んでほしい事業で増えている項目を見ると、「①人材確保・活用支援」、「②販売促進・販路開拓への支援」、「③IT導入・利活用への支援」、「③環境対策（カーボンニュートラル等）への支援」の順となり、今後の前向きな事業展開に対する支援を強化する必要がある。
- 情報提供希望媒体では、「①広報誌」がもっとも多いが、「②E-Mail」、「③HP」、「④LINE」を希望する声が増えている。引き続き、定期発行の紙媒体と随時発信できる電子媒体のメディアミックスにより、分かりやすく且つタイムリーな情報発信を行う必要がある。
- 原油原材料価格等の価格高騰については、価格に転嫁できていない事業所が全体の45.3%、一部転嫁できているのが49.2%、すべて転嫁できている事業者は5.6%にとどまった。また対策として「①価格転嫁」の54.2%に次いで多かったのは「②特に対策はない」の32.3%となっており、日商の「パートナーシップ構築宣言」の推進など、取引適正化に向けた活動を引き続き行うことが求められる。
- 兼業・副業等の外部人材の活用については、導入を検討したい事業者が25.9%であったが、特に101人以上の大規模な事業所では40.0%となるなど、専門的な知識を持った外部人材が求められている傾向がある。引き続きマッチング事業を実施するとともに、中小企業に対する周知を強化していく必要がある。
- ITを導入していない事業所が全体の35.6%あり、従業員数の少ない事業所が多かったことから、小規模事業者に対するIT導入のメリットの周知が引き続き求められている。ITを導入できない理由ではカテゴリ別にみると、「①人材に関する理由」、「②効果に関する理由」、「③コストに関する理由」の順となった。小規模事業所のIT化を進めるためには、人材不足をはじめ、導入効果やコスト負担が大きな課題となっており、相談窓口や補助制度の活用など、これらの課題を解消する支援が必要となる。
- カーボンニュートラルへの取組みについては、取組みの第一歩である自社のエネルギー使用状況・CO2排出量の把握について、既に把握している事業者は18.6%とまだまだ低い状況であった。また、カーボンニュートラルに向けて何も取り組んでおらず、今後も取り組む予定がないと回答した事業所は34.2%と全体の1/3以上であった。カーボンニュートラルの取組みを進める上での課題として、「知識やノウハウが不足している」が非常に多く（57.3%）、まずは取組みに対する周知・啓発が必要となる。