

2023年度会員アンケート 調査結果

2023年11月22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：2023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・郵送または
Google Forms から回答

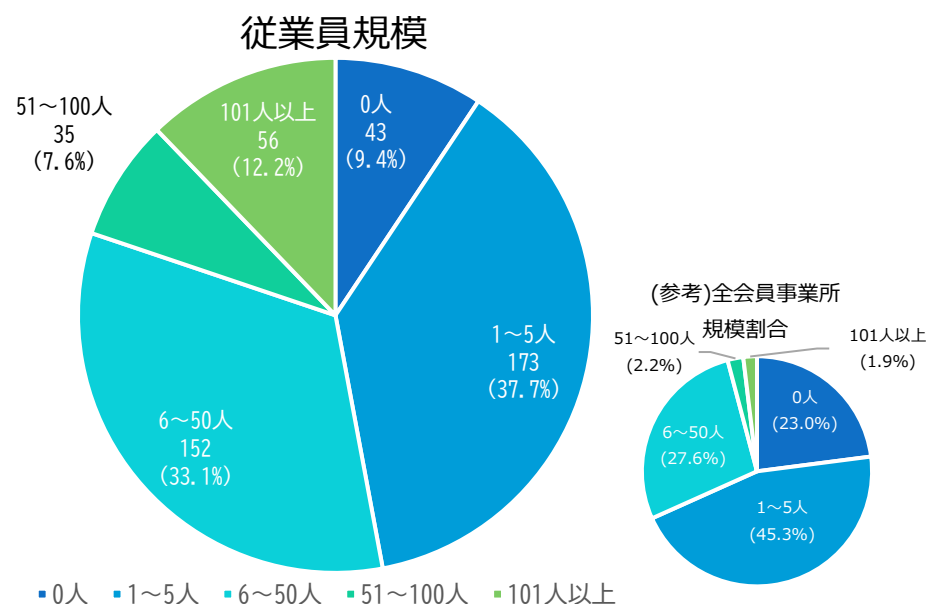
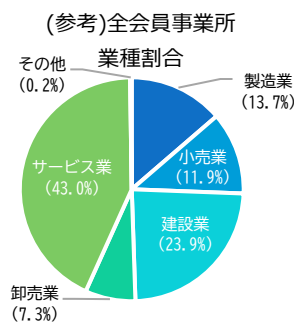
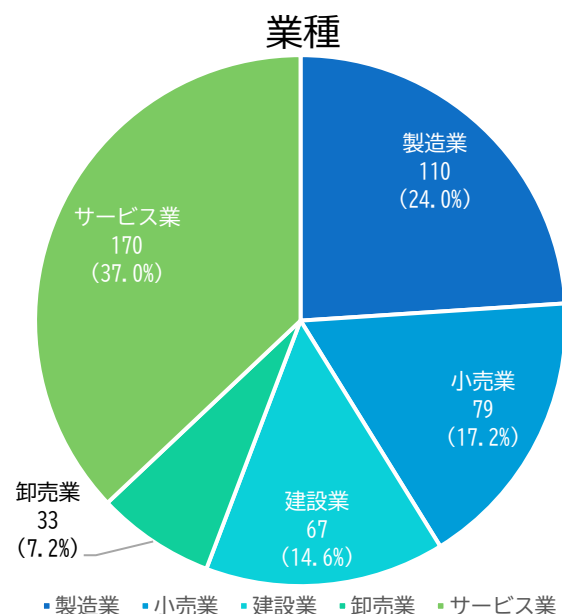
調査対象：任意抽出した会員事業所
1,300社
(当所役議員・商工振興委員・
部会運営委員 他)

回答社数：459社（回答率35.3%）

調査内容

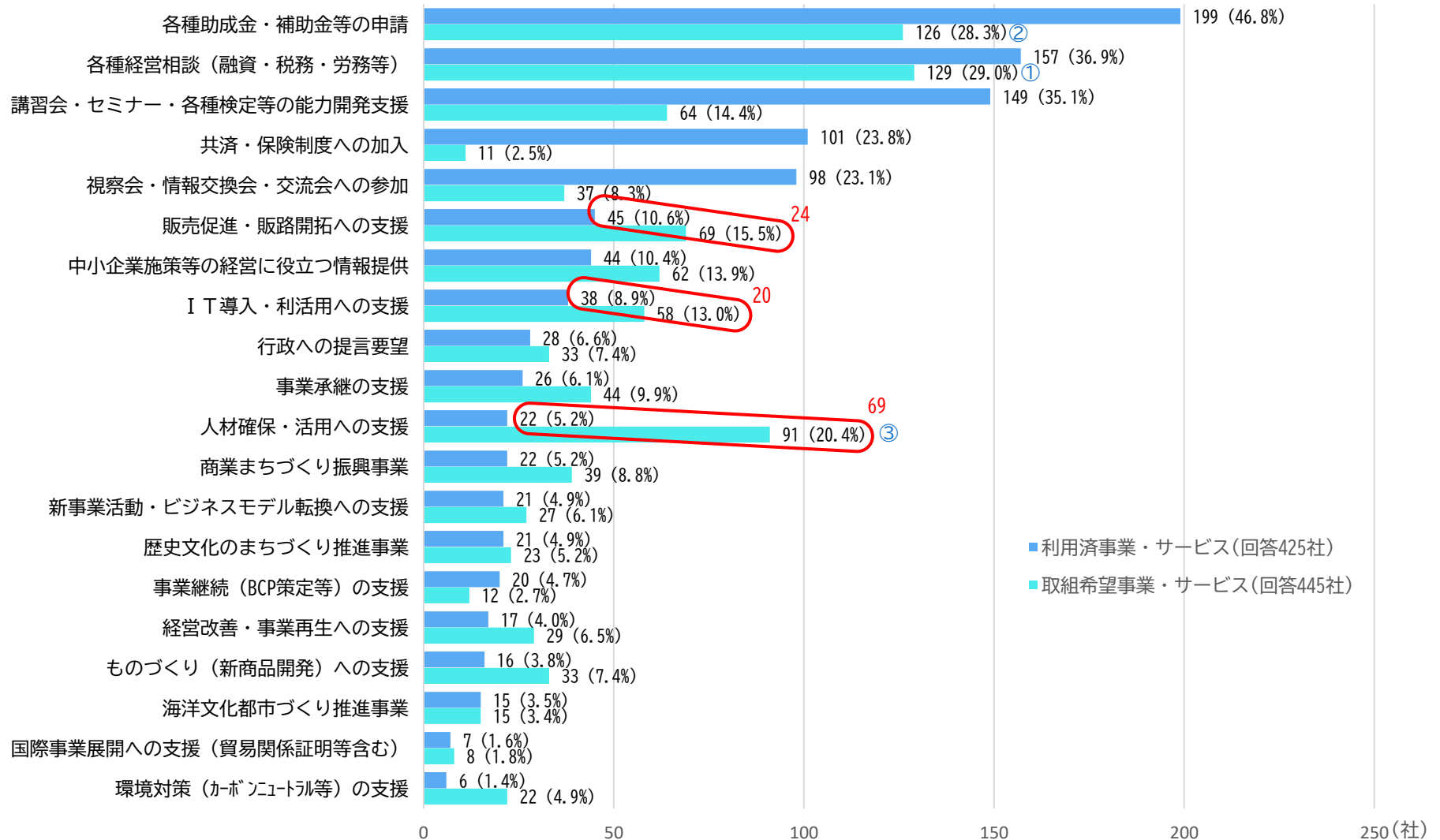
1. 商工会議所活動について
2. 価格交渉・価格転嫁について
3. カーボンニュートラルへの対応について

回答事業所の概要



	製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	合計	割合
0人	3	6	9	2	23	43	9.4%
1~5人	27	42	24	8	72	173	37.7%
6~50人	48	20	25	19	40	152	33.1%
51~100人	13	3	3	4	12	35	7.6%
101人以上	19	8	6	0	23	56	12.2%
合計	110	79	67	33	170	459	100.0%
割合	24.0%	17.2%	14.6%	7.2%	37.0%	100.0%	

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 (複数回答可)



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199社（46.8%）で最も多く、「各種経営相談」157社（36.9%）、「講習会・セミナー等の能力開発支援」149社（35.1%）の順となった。

最も力を入れて取り組んで欲しい事業では、「各種経営相談」が129社（29.0%）で最も多く、「各種助成金・補助金等の申請」126社（28.3%）、「人材確保・活用への支援」91社（20.4%）の順となった。

〈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69社で最も多く、「販売促進・販路開拓への支援」24社、「IT導入・利活用への支援」20社の順となった。

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）（回答436社）

1. 広報誌「Sing、Bizサポート」	264	60.6%
2. E-Mail	141	32.3%
3. HP	123	28.2%
4. LINE	86	19.7%
5. 職員の巡回	59	13.5%
6. FAX	28	6.4%
7. Facebook	17	3.9%

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264社（60.6%）と紙媒体を希望する声が最も多かった。

次いで「E-Mail」が141社（32.3%）、「HP」が123社（28.2%）という順になった。

問4 発注側企業との価格交渉の協議状況について(複数回答可)(回答385社)

	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
コスト上昇分を取引価格に反映するために発注側企業に協議を申し入れ、 話し合いに応じてもらった	212 55.1%	71 74.0%	30 47.6%	36 62.1%	22 84.6%	53 37.3%	8 25.8%	60 43.5%	85 63.4%	23 71.9%	36 72.0%
コスト上昇分を取引価格に反映させる必要はないか、発注側企業からの 声かけがあり、話し合いが行われた	22 5.7%	7 7.3%	1 1.6%	8 13.8%	0 0.0%	6 4.2%	0 0.0%	5 3.6%	11 8.2%	2 6.3%	4 8.0%
コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった	26 6.8%	1 1.0%	5 7.9%	1 1.7%	0 0.0%	19 13.4%	7 22.6%	15 10.9%	2 1.5%	2 6.3%	0 0.0%
コストが上昇しているが、自社で吸収可能と判断し、協議を申し入れ なかった	114 29.6%	17 17.7%	25 39.7%	11 19.0%	4 15.4%	57 40.1%	12 38.7%	53 38.4%	35 26.1%	6 18.8%	8 16.0%
コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えているところ、発注側企業 の方から「価格に反映させる必要が無い」との声かけはあったが、発注量 の減少や取引中止を恐れ、自社から協議を申し入れなかった	7 1.8%	4 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.8%	2 1.4%	1 3.2%	3 2.2%	3 2.2%	0 0.0%	0 0.0%
コストが上昇し、自社で吸収可能な範囲を超えているところ、発注側企業 の方からの声かけも受けておらず、発注量の減少や取引中止を恐れ、自 社から協議を申し入れなかった	36 9.4%	10 10.4%	3 4.8%	7 12.1%	2 7.7%	14 9.9%	5 16.1%	14 10.1%	12 9.0%	0 0.0%	5 10.0%
コストが上昇しているので、発注側企業に協議を申し入れたが、協議にす ら応じてもらえなかった	25 6.5%	6 6.3%	3 4.8%	7 12.1%	1 3.8%	8 5.6%	0 0.0%	6 4.3%	10 7.5%	3 9.4%	6 12.0%
取引価格を減額するために、発注側企業から協議の申し入れがあった。 もしくは、協議の余地なく一方的に取引価格を減額された	10 2.6%	4 4.2%	0 0.0%	3 5.2%	0 0.0%	3 2.1%	0 0.0%	4 2.9%	6 4.5%	0 0.0%	0 0.0%
回答事業所数(分母)	385	96	63	58	26	142	31	138	134	32	50

コスト上昇に伴う発注側企業との価格交渉・価格転嫁について、全体では「協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった」は212社(55.1%)、「発注側企業からの声かけがあり、話し合いが行われた」が22社(5.7%)と、価格協議が実施できた事業所は合計で60.8%となった。話し合いができていない事業所を業種別に見ると卸売業、製造業、建設業は70%以上と高い割合であるが、小売業、サービス業では50%を下回っている。

規模別に見ると、従業員6人以上で70%以上が話し合いできている一方で、5人以下では50%を下回る結果となった。

問5 全体的なコスト増加分のうち何割程度を価格に転嫁できたと考えますか

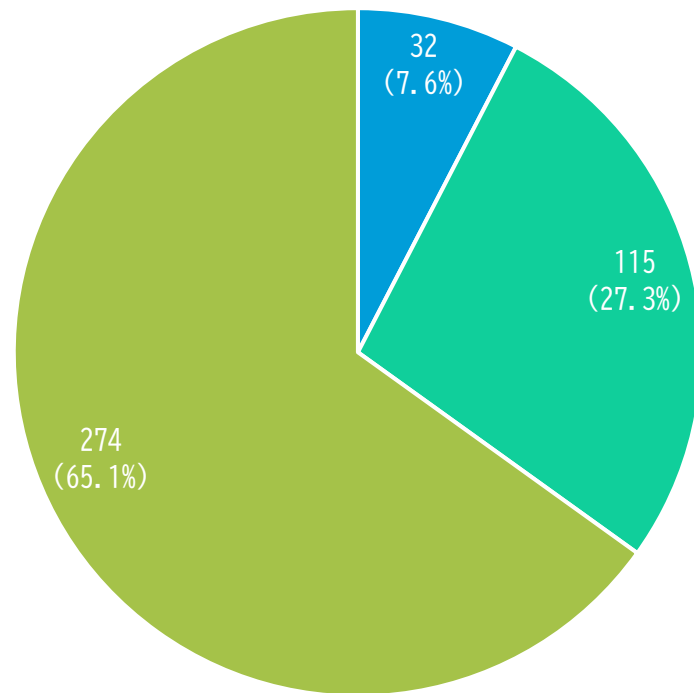
	全体	業種別					規模別				
		製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	0人	1～5人	6～50人	51～100人	101人以上
10割	26	7	6	4	2	7	2	12	7	4	1
	6.5%	7.0%	8.7%	6.8%	7.7%	4.7%	6.1%	8.1%	5.0%	12.5%	2.0%
7～9割	74	20	16	13	7	18	4	27	34	6	3
	18.4%	20.0%	23.2%	22.0%	26.9%	12.1%	12.1%	18.2%	24.3%	18.8%	6.0%
4～6割	92	32	14	17	9	20	3	23	37	13	16
	22.8%	32.0%	20.3%	28.8%	34.6%	13.4%	9.1%	15.5%	26.4%	40.6%	32.0%
1～3割	112	25	20	15	7	45	7	44	33	3	25
	27.8%	25.0%	29.0%	25.4%	26.9%	30.2%	21.2%	29.7%	23.6%	9.4%	50.0%
0割	67	15	6	5	1	40	7	29	23	4	4
	16.6%	15.0%	8.7%	8.5%	3.8%	26.8%	21.2%	19.6%	16.4%	12.5%	8.0%
マイナス	13	1	2	4	0	6	4	4	5	0	0
	3.2%	1.0%	2.9%	6.8%	0.0%	4.0%	12.1%	2.7%	3.6%	0.0%	0.0%
コストが上昇していないため、 価格改定不要	19	0	5	1	0	13	6	9	1	2	1
	4.7%	0.0%	7.2%	1.7%	0.0%	8.7%	18.2%	6.1%	0.7%	6.3%	2.0%
全体	403	100	69	59	26	149	33	148	140	32	50

コスト増加分のうち、価格に転嫁できている割合は、全体では「1～3割」が112社（27.8%）で最も多く、次いで「4～6割」が92社（22.8%）、「7～9割」が74社（18.4%）の順であった。一方、「0割」と「マイナス」の合計は80社（19.8%）であった。

業種別に見ると、卸売業は4割以上の価格転嫁が実施できた事業所が18社（69.2%）で最も割合が高かったが、サービス業では45社（30.2%）と最も割合が低かった。

規模別では、従業員数51～100人で4割以上の価格転嫁ができた事業所が23社（71.9%）と最も高い割合であったが、0人の事業所では9社（27.3%）であった。

問6 サプライチェーン全体での付加価値向上や取引関係の適正化に向けて推進されている「パートナーシップ構築宣言」をご存じですか



■ 知っており、宣言している(今後、宣言する予定)

■ 知っているが、宣言していない(宣言する予定もない)

■ 知らない

「パートナーシップ構築宣言」について、「知っており、宣言している」が32社（7.6%）、「知っているが、宣言していない（宣言する予定もない）」が115社（27.3%）、「知らない」が274社（65.1%）であった。

問7 自社のエネルギー使用状況や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	104 24.0%	34 32.7%	14 19.2%	18 28.6%	7 24.1%	31 18.9%	5 13.5%	17 10.6%	31 21.2%	16 47.1%	35 62.5%
把握していないが、今後把握する予定	85 19.6%	21 20.2%	13 17.8%	16 25.4%	5 17.2%	30 18.3%	4 10.8%	25 15.6%	34 23.3%	9 26.5%	13 23.2%
把握していない (今後も把握する予定なし)	244 56.4%	49 47.1%	46 63.0%	29 46.0%	17 58.6%	103 62.8%	28 75.7%	118 73.8%	81 55.5%	9 26.5%	8 14.3%
合計	433	104	73	63	29	164	37	160	146	34	56

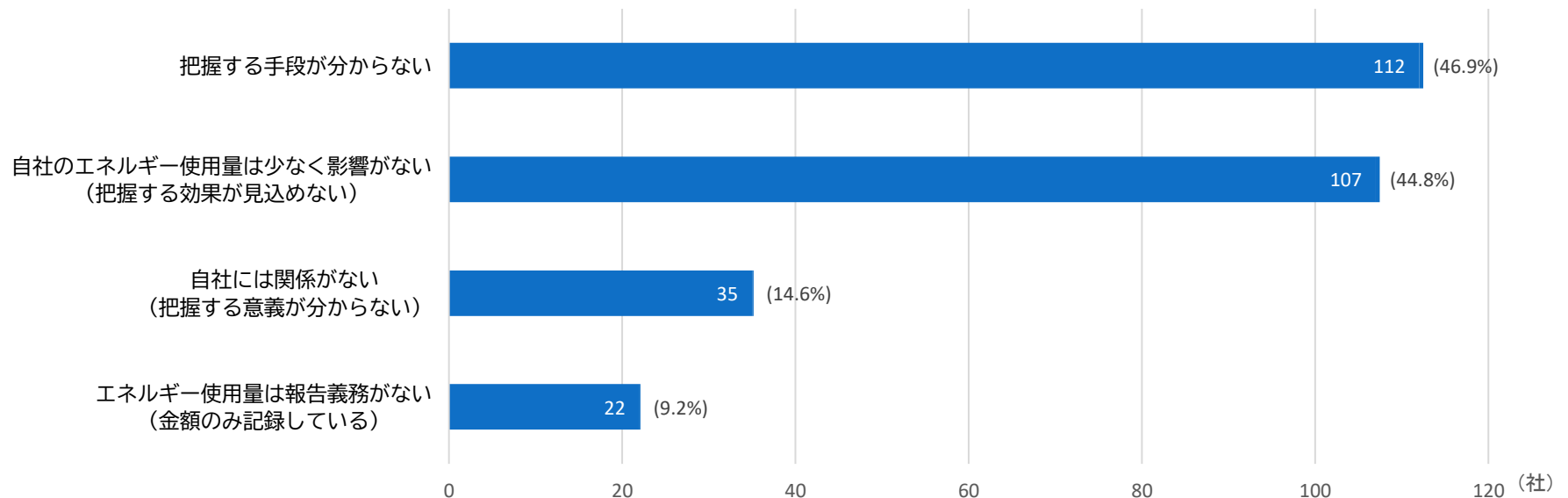
自社のエネルギー使用状況やCO2排出量の把握状況について、「把握している」は全体で104社（24.0%）だった。一方で「把握していない（今後も把握する予定なし）」は244社（56.4%）であった。

業種別に見ると、「把握している」は製造業34社（32.7%）、建設業18社（28.6%）の割合が高かった。一方で「把握していない（今後も把握する予定なし）」は、小売業46社（63.0%）、サービス業103社（62.8%）の割合が高かった。

規模別に見ると、「把握している」は101人以上で35社（62.5%）と最も高い割合であった。一方で「把握していない（今後も把握する予定なし）」は0人が28社（75.7%）1～5人が118社（73.8%）と高い割合であった。

問7-1 把握していない(今後も把握する予定なし)理由は何ですか(複数回答可)(回答239社)

把握していない(今後も把握する予定なし)理由



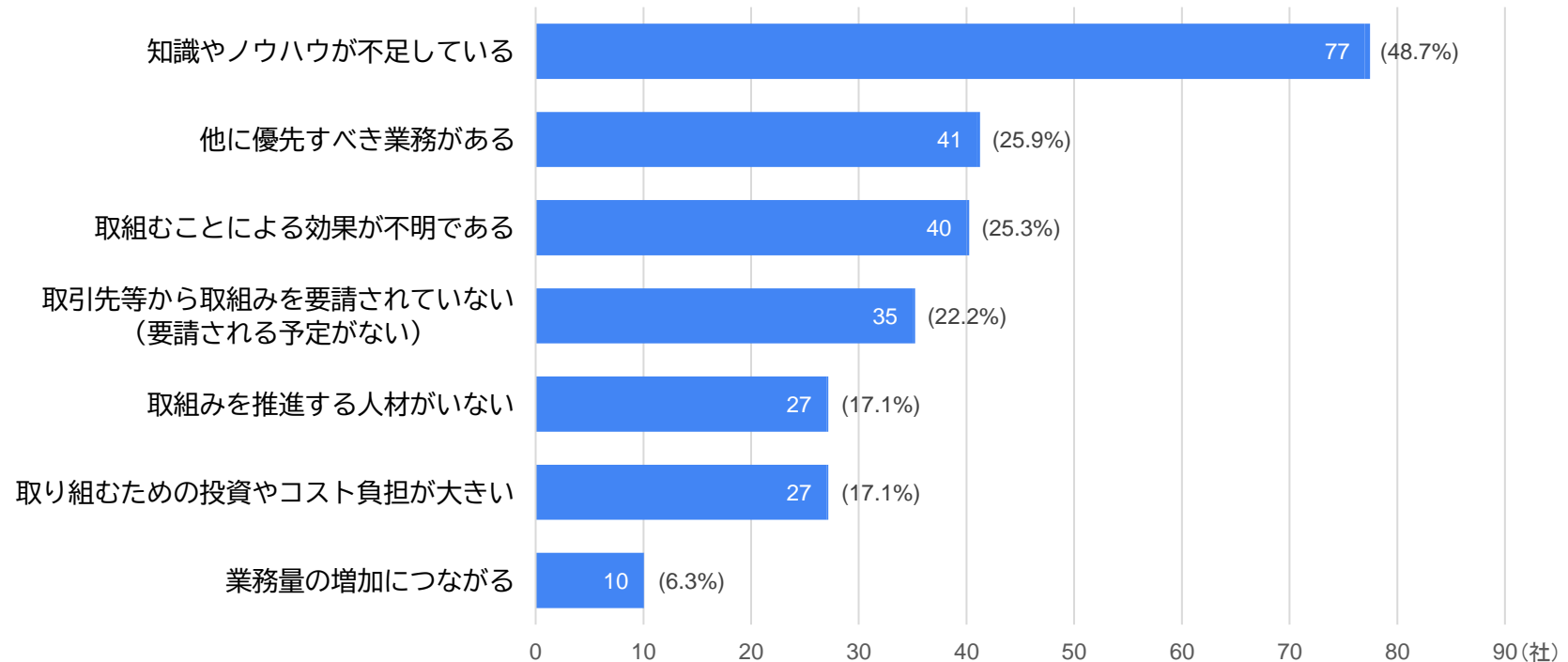
問7で把握していない(今後も把握する予定なし)と回答した事業所にその理由を尋ねたところ、最も多かったのは「把握する手段がわからない」の112社(46.9%)であった。次いで「自社のエネルギー使用量は少なく影響がない(把握する効果が見込めない)」の107社(44.8%)であった。

問8 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)(回答450社)

	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
省エネに配慮した設備・機器への切替・導入	173 38.4%	46 42.2%	24 31.6%	29 43.9%	9 28.1%	65 38.9%	5 11.9%	43 25.6%	68 45.0%	16 48.5%	41 73.2%
5S(整理・整頓・清掃・清潔・躰)への取り組み	161 35.8%	51 46.8%	21 27.6%	25 37.9%	12 37.5%	52 31.1%	10 23.8%	41 24.4%	63 41.7%	18 54.5%	29 51.8%
自社の事業活動で使用するエネルギー使用量の削減	143 31.8%	46 42.2%	11 14.5%	25 37.9%	12 37.5%	49 29.3%	6 14.3%	32 19.0%	53 35.1%	16 48.5%	36 64.3%
廃棄物排出量の抑制、リサイクル等の推進	127 28.2%	43 39.4%	17 22.4%	27 40.9%	10 31.3%	30 18.0%	6 14.3%	34 20.2%	43 28.5%	13 39.4%	31 55.4%
営業車両のHV・EVの導入	74 16.4%	20 18.3%	8 10.5%	12 18.2%	5 15.6%	29 17.4%	3 7.1%	16 9.5%	24 15.9%	14 42.4%	17 30.4%
脱炭素化に関するセミナー等への参加、先進事例の情報収集	55 12.2%	21 19.3%	5 6.6%	6 9.1%	4 12.5%	19 11.4%	1 2.4%	4 2.4%	22 14.6%	7 21.2%	21 37.5%
省エネに配慮した原材料への切替・導入	39 8.7%	9 8.3%	4 5.3%	12 18.2%	4 12.5%	10 6.0%	3 7.1%	6 3.6%	16 10.6%	2 6.1%	12 21.4%
再生可能エネルギーに由来した電力の自家発電または購入	34 7.6%	12 11.0%	4 5.3%	6 9.1%	1 3.1%	11 6.6%	3 7.1%	6 3.6%	6 4.0%	5 15.2%	14 25.0%
自社の脱炭素ビジョンや行動目標等の策定、担当部署・担当者の設置	30 6.7%	8 7.3%	3 3.9%	8 12.1%	1 3.1%	10 6.0%	3 7.1%	0 0.0%	6 4.0%	4 12.1%	17 30.4%
植林、環境保全活動の推進	28 6.2%	6 5.5%	7 9.2%	6 9.1%	1 3.1%	8 4.8%	3 7.1%	8 4.8%	7 4.6%	3 9.1%	7 12.5%
自社の事業活動で使用するエネルギーの電化	21 4.7%	7 6.4%	2 2.6%	4 6.1%	0 0.0%	8 4.8%	1 2.4%	3 1.8%	2 1.3%	1 3.0%	14 25.0%
取り組んでいない(今後も予定なし)	158 35.1%	31 28.4%	38 50.0%	15 22.7%	8 25.0%	66 39.5%	20 47.6%	83 49.4%	46 30.5%	5 15.2%	4 7.1%
回答事業所数(分母)	450	109	76	66	32	167	42	168	151	33	56

全体で最も多かった取り組みは「省エネに配慮した設備・機器への切替・導入」の173社(38.4%)であった。一方、「取り組んでいない(今後も予定なし)」が158社(35.1%)で、業種別では小売業38社(50.0%)とサービス業66社(39.5%)、規模別では1~5人の83社(49.4%)と0人の20社(47.6%)の割合が高かった。

問8-1 取組んでいない(今後も予定なし)理由は何ですか(複数回答可)(回答158社)



問8で取り組んでいない(今後も予定なし)と回答した事業所にその理由を尋ねたところ、「知識やノウハウが不足している」が77社(48.7%)で最も多く、「他に優先すべき業務がある」41社(25.9%)、「取り組むことによる効果が不明である」40社(25.3%)の順となった。

- 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、「各種経営相談」と「各種助成金・補助金等の申請」が、昨年に続いて上位2項目となった。アフターコロナや物価高騰など、経済環境の変化に係る対応や、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、「人材確保・活用支援」が最も多く、深刻な人手不足の影響を危惧していることが伺える。次いで「販売促進・販路開拓への支援」、「IT導入・利活用への支援」の順となっており、引き続き、高度人材のマッチングや販売促進、IT導入等について伴走して支援を行っていくことが重要である。
- 情報提供希望媒体では、「広報誌」がもっとも多いが、「E-Mail」、「HP」、「LINE」を希望する声が年々増えている。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っていく。
- コスト上昇による発注側企業との価格交渉・価格転嫁については、特に小売業・サービス業、従業員5人以下の小規模事業者で進んでいない。「パートナーシップ構築宣言」の実効性の担保、宣言事業所へのインセンティブの付与、それらを含めた制度の周知など、行政と連携した推進活動を行うことが求められる。
- カーボンニュートラルへの取組みについては、自社のエネルギー使用状況・CO2排出量の把握について、「把握していない（今後も把握する予定なし）」事業所の割合は昨年に比べて改善された（昨年66.7%→今年56.4%）一方で、カーボンニュートラル実現に向けた取組みについては、「取り組んでいない（今後も予定なし）」事業所の割合は昨年とほぼ同様であった（昨年34.2%→今年35.1%）。また上記同様、特に小売業・サービス業、従業員5人以下の小規模事業者で進んでいない。今後も引き続き、当会議所「カーボンニュートラル推進特別委員会」を構成するエネルギー事業者や金融機関、支援機関とともに、地域全体で中小・小規模事業者のカーボンニュートラルの取組みを支援していく。