

2024年度会員アンケート 調査結果

2024年11月28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：2024年9月5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

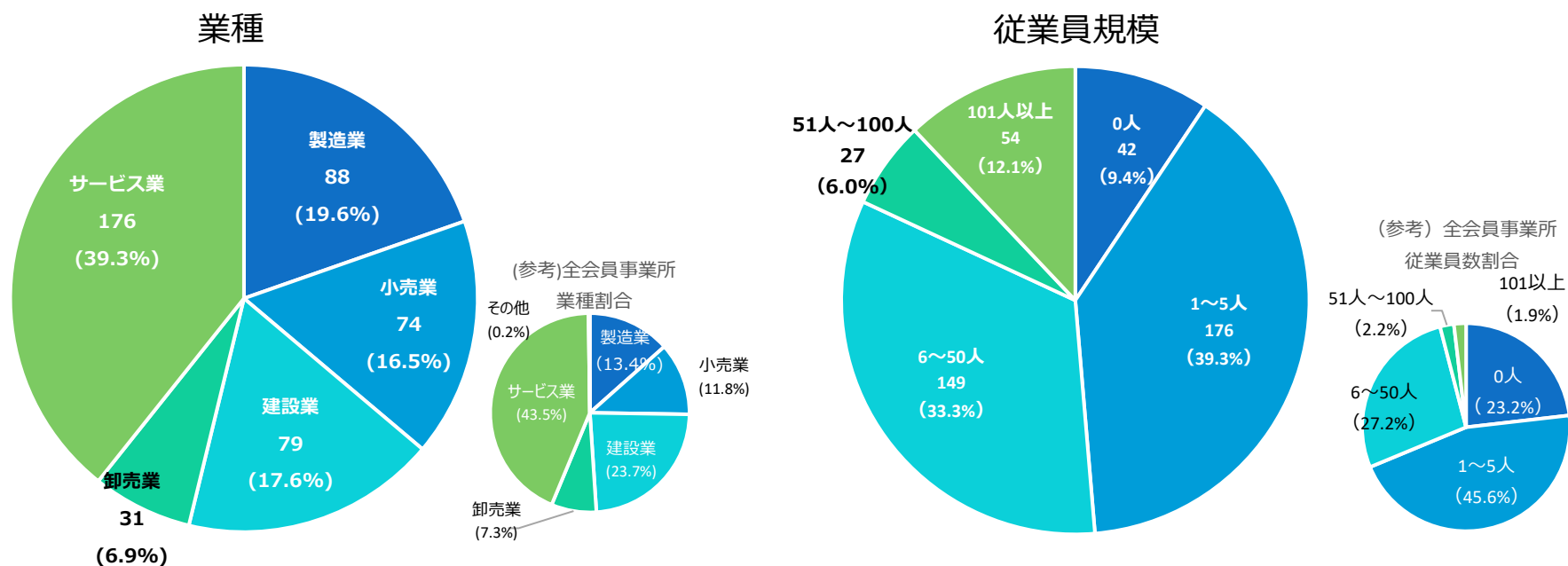
調査対象：任意抽出した会員事業所
1,300社

回答社数：448社（回答率34.5%）

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

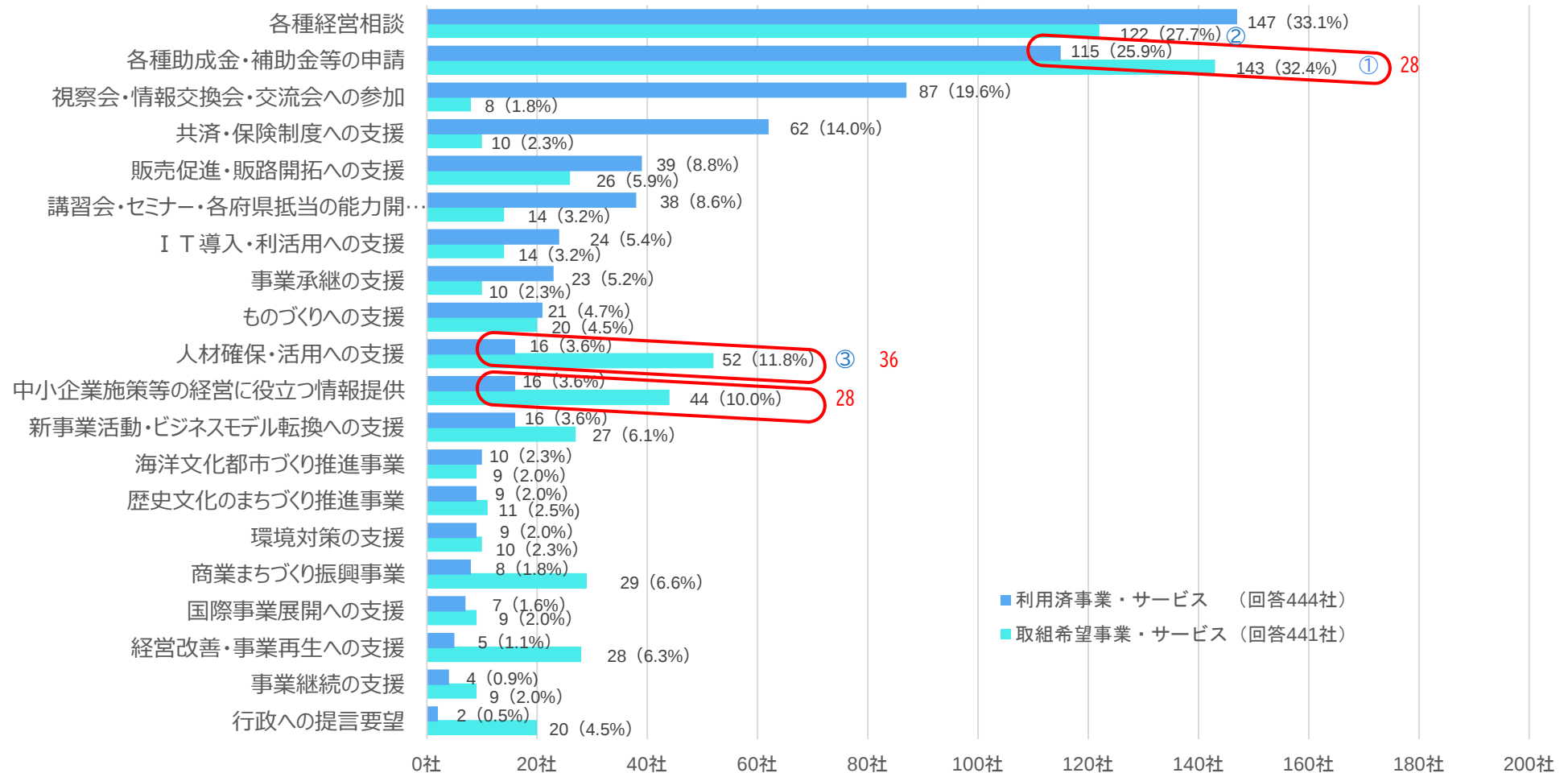
回答事業所の概要



	製造業	小売業	建設業	卸売業	サービス業	合計	割合
0人	9	5	9	1	18	42	9.4%
1～5人	26	41	32	10	67	176	39.3%
6～50人	34	17	29	9	60	149	33.3%
51～100人	5	5	5	4	8	27	6.0%
101人以上	14	6	4	7	23	54	12.1%
合計	88	74	79	31	176	448	100.0%
割合	19.6%	16.5%	17.6%	6.9%	39.3%	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(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、「各種経営相談」が147社（33.1%）で最も多く、「各種助成金・補助金等の申請」115社（25.9%）、「視察会・情報交換会・交流会への参加」87社（19.6%）の順となった。

最も力を入れて取組んで欲しい事業では、「各種助成金・補助金等の申請」が143社（32.4%）で最も多く、「各種経営相談」122社（27.7%）、「人材確保・活用への支援」52社（11.8%）の順となった。

＜最も力を入れて取組んで欲しい事業＞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・活用への支援」が36社で最も多く、次いで「各種助成金・補助金等への申請」と「中小企業施策等の経営に役立つ情報提供」が28社で同数となった。

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443社）

1. 広報誌「Sing、Bizサポート」	274	61.9%
2. E-Mail	72	16.3%
3. HP	48	10.8%
4. LINE	46	10.4%
5. その他SNS	18	4.1%
6. 職員の巡回	16	3.6%
7. FAX	16	3.6%

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274社（61.9%）と紙媒体を希望する声が最も多かった。

次いで「E-Mail」が72社（16.3%）、「HP」が48社（10.8%）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372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	214 57.5%	52 70.3%	28 52.8%	46 60.5%	26 92.9%	62 44.0%	10 28.6%	69 50.7%	79 61.2%	18 75.0%	38 79.2%
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	32 8.6%	8 10.8%	3 5.7%	8 10.5%	4 14.3%	9 6.4%	2 5.7%	10 7.4%	10 7.8%	3 12.5%	7 14.6%
コストが上昇していないため、協議を申し入れなかった	22 5.9%	2 2.7%	5 9.4%	2 2.6%	0 0.0%	13 9.2%	12 34.3%	7 5.1%	3 2.3%	0 0.0%	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	89 23.9%	11 14.9%	8 15.1%	18 23.7%	1 3.6%	51 36.2%	8 22.9%	41 30.1%	29 22.5%	5 20.8%	6 12.5%
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	9 2.4%	2 2.7%	2 3.8%	1 1.3%	3 10.7%	1 0.7%	1 2.9%	3 2.2%	5 3.9%	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	47 12.6%	12 16.2%	7 13.2%	7 9.2%	1 3.6%	20 14.2%	5 14.3%	18 13.2%	19 14.7%	2 8.3%	3 6.3%
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	14 3.8%	3 4.1%	5 9.4%	2 2.6%	1 3.6%	3 2.1%	4 11.4%	1 0.7%	6 4.7%	2 8.3%	1 2.1%
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	4 1.1%	4 5.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 5.7%	2 1.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
回答事業者数(分母)	372	74	53	76	28	141	35	136	129	24	48

コスト上昇に伴う発注側企業との価格交渉について、価格協議が実施できた事業所は「協議を申し入れ、話し合いに応じてもらった」が214社(57.5%)、「発注側企業からの声かけがあり、話し合いが行われた」が32社(8.6%)であった。

話し合いができていない事業所を業種別に見ると製造業、建設業、卸売業の割合が高い一方で、サービス業の割合が低かった。

規模別に見ると、規模が大きくなるに従って話し合いができていない割合が高くなる一方で、従業員がいない事業所では他の規模に比べて非常に低い割合となった。

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	21	4	5	5	3	4	0	13	5	0	3
	5.1%	4.8%	7.9%	6.5%	10.7%	2.5%	0.0%	8.3%	3.6%	0.0%	6.0%
7～9割	82	16	18	19	11	18	7	27	28	6	14
	20.0%	19.3%	28.6%	24.7%	39.3%	11.3%	17.9%	17.3%	20.0%	24.0%	28.0%
4～6割	106	30	18	18	11	29	5	36	45	8	12
	25.9%	36.1%	28.6%	23.4%	39.3%	18.2%	12.8%	23.1%	32.1%	32.0%	24.0%
1～3割	105	24	11	21	3	46	13	32	37	8	15
	25.6%	28.9%	17.5%	27.3%	10.7%	28.9%	33.3%	20.5%	26.4%	32.0%	30.0%
0割	69	3	5	12	0	49	6	36	19	2	6
	16.8%	3.6%	7.9%	15.6%	0.0%	30.8%	15.4%	23.1%	13.6%	8.0%	12.0%
マイナス	11	4	3	1	0	3	1	5	5	0	0
	2.7%	4.8%	4.8%	1.3%	0.0%	1.9%	2.6%	3.2%	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	16	2	3	1	0	10	7	7	1	1	0
	3.9%	2.4%	4.8%	1.3%	0.0%	6.3%	17.9%	4.5%	0.7%	4.0%	0.0%
合計	410	83	63	77	28	159	39	156	140	25	50

コスト増加分のうち価格転嫁できている割合は、全体では「4～6割」が106社（25.9%）で最も多く、「1～3割」が105社（25.6%）、「7～9割」が82社（20.0%）の順であった。一方、「0割」と「マイナス」の合計は80社（19.5%）であった。

業種別に見ると、4割以上の価格転嫁が実施できた事業所は卸売業が25社（89.3%）で最も多かったが、サービス業は51社（32.0%）と最も少なかった。

規模別で見ると、4割以上の価格転嫁ができた事業所は従業員数6人以上で半数以上が転嫁できている一方で、従業員がいない事業所では12社（30.7%）と3割に留まる結果となった。

問6 労務費の増加分は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	18	2	5	7	1	3	0	9	7	0	2
	4.4%	2.4%	7.7%	9.2%	3.6%	1.9%	0.0%	5.7%	5.0%	0.0%	4.0%
7～9割	36	12	5	7	2	10	1	8	17	2	8
	8.8%	14.6%	7.7%	9.2%	7.1%	6.3%	2.7%	5.1%	12.1%	7.7%	16.0%
4～6割	86	17	10	20	12	27	5	28	34	8	11
	21.0%	20.7%	15.4%	26.3%	42.9%	17.0%	13.5%	17.8%	24.3%	30.8%	22.0%
1～3割	121	31	23	16	10	41	7	45	41	11	17
	29.5%	37.8%	35.4%	21.1%	35.7%	25.8%	18.9%	28.7%	29.3%	42.3%	34.0%
0割	121	15	14	25	2	65	15	54	37	4	11
	29.5%	18.3%	21.5%	32.9%	7.1%	40.9%	40.5%	34.4%	26.4%	15.4%	22.0%
マイナス	11	3	3	1	0	4	3	6	2	0	0
	2.7%	3.7%	4.6%	1.3%	0.0%	2.5%	8.1%	3.8%	1.4%	0.0%	0.0%
コストが上昇していないため、価格改定不要	17	2	5	0	1	9	6	7	2	1	1
	4.1%	2.4%	7.7%	0.0%	3.6%	5.7%	16.2%	4.5%	1.4%	3.8%	2.0%
合計	410	82	65	76	28	159	37	157	140	26	50

コスト増加分のうち、労務費の増加分を価格転嫁できている割合は、全体では「1～3割」と「0割」が121社（29.5%）で最も多く、次いで「4～6割」が86社（21.0%）であった。

業種別に見ると、4割以上の価格転嫁が実施できた事業所は卸売業が15社（53.6%）で最も多かったが、サービス業は40社（25.2%）と最も少なかった。

規模別では、4割以上の価格転嫁ができた事業所は従業員数101人以上で21社（42.0%）と最も多かったが、従業員がいない事業所は6社（16.2%）と最も少なかった。

問7 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

	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
知っており、宣言している (今後、宣言する予定)	54	17	10	6	6	15	2	15	14	5	18
	12.5%	20.2%	14.3%	7.7%	20.7%	8.8%	5.0%	8.9%	9.7%	19.2%	34.6%
知っているが、宣言していない (宣言する予定もない)	120	19	18	23	5	55	12	28	49	14	17
	27.8%	22.6%	25.7%	29.5%	17.2%	32.4%	30.0%	16.7%	33.8%	53.8%	32.7%
知らない	257	48	42	49	18	100	26	125	82	7	17
	59.6%	57.1%	60.0%	62.8%	62.1%	58.8%	65.0%	74.4%	56.6%	26.9%	32.7%
合計	431	84	70	78	29	170	40	168	145	26	52

「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（今後、宣言する予定）」が54社（12.5%）、「知っているが、宣言していない（宣言する予定もない）」が120社（27.8%）、「知らない」が257社（59.6%）であった。

業種別に見ると、「知っており、宣言している（今後、宣言する予定）」は、特に建設業が6社(7.7%)、サービス業が15社(8.8%)で割合が低かった。

規模別に見ると、「知っており、宣言している（今後、宣言する予定）」は規模が大きくなるのに従い割合が高くなっており、101人以上では18社（34.6%）でその割合が最も高かった。

問8 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	269	59	47	53	14	96	16	94	94	22	43
	61.6%	68.6%	65.3%	67.9%	48.3%	55.8%	39.0%	55.3%	63.9%	81.5%	82.7%
把握していないが、今後把握する予定	63	10	8	12	8	25	8	26	21	1	7
	14.4%	11.6%	11.1%	15.4%	27.6%	14.5%	19.5%	15.3%	14.3%	3.7%	13.5%
把握していない (今後も把握する予定なし)	105	17	17	13	7	51	17	50	32	4	2
	24.0%	19.8%	23.6%	16.7%	24.1%	29.7%	41.5%	29.4%	21.8%	14.8%	3.8%
合計	437	86	72	78	29	172	41	170	147	27	52

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、何らかの形で「把握している」事業所は全体で269社(61.6%)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105社(24%)であった。

業種別に見ると、「把握している」は製造業、建設業、小売業で65%を超えた一方で、卸売業は48.3%と最も少なかった。

規模別に見ると、「把握している」は51人以上で80%超と高い割合となったが、規模が小さくなるに従って割合が低くなる結果となった。

問8-1 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104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
自社には関係がない (把握する意義が分からない)	56	10	7	4	5	30	8	26	18	2	2
	53.8%	58.8%	43.8%	30.8%	71.4%	58.8%	50.0%	52.0%	56.3%	50.0%	100.0%
把握する手段が分からない	37	4	6	8	2	17	8	15	11	3	0
	35.6%	23.5%	37.5%	61.5%	28.6%	33.3%	50.0%	30.0%	34.4%	75.0%	0.0%
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)	16	2	3	2	0	9	1	7	7	0	1
	15.4%	11.8%	18.8%	15.4%	0.0%	17.6%	6.3%	14.0%	21.9%	0.0%	50.0%
エネルギー使用量は報告義務がない (金額のみ記録している)	14	2	4	2	1	5	2	11	1	0	0
	13.5%	11.8%	25.0%	15.4%	14.3%	9.8%	12.5%	22.0%	3.1%	0.0%	0.0%
回答事業者数(分母)	104	17	16	13	7	51	16	50	32	4	2

問8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、「自社には関係がない」56社(53.8%)、「把握する手段が分からない」37社(35.6%)の順であった。

業種別に見ると、建設業では「把握する手段が分からない」が最も多く、建設業以外では「自社には関係がない」が最も多かった。

規模別に見ると、全ての規模において「自社には関係がない」が50%以上であった。

問9 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 (または今後取組む予定)ものはありますか(複数回答可)(回答439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
エアコンの設定温度の見直し、こまめな消灯、加速・減速を抑えた運転など、自社の事業活動で使用するエネルギー使用料の削減	231 52.6%	47 54.7%	43 58.9%	47 59.5%	15 51.7%	79 45.9%	19 46.3%	77 45.0%	81 54.7%	19 70.4%	35 67.3%
照明をLEDに切り替えるなど省エネに配慮した設備・機器への切替・導入	228 51.9%	42 48.8%	47 64.4%	45 57.0%	13 44.8%	81 47.1%	14 34.1%	74 43.3%	82 55.4%	18 66.7%	40 76.9%
5S(整理・整頓・清潔・清掃・躰)の取組み	157 35.8%	27 31.4%	22 30.1%	36 45.6%	12 41.4%	60 34.9%	8 19.5%	41 24.0%	66 44.6%	17 63.0%	25 48.1%
廃棄物排出量の抑制、分別、リサイクル等の推進	107 24.4%	25 29.1%	15 20.5%	27 34.2%	9 31.0%	31 18.0%	4 9.8%	27 15.8%	40 27.0%	14 51.9%	22 42.3%
HV(ハイブリッドカー)、EV(電気自動車)等の導入	82 18.7%	12 14.0%	10 13.7%	24 30.4%	6 20.7%	30 17.4%	3 7.3%	21 12.3%	23 15.5%	12 44.4%	23 44.2%
ソーラーパネルなど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	63 14.4%	18 20.9%	8 11.0%	11 13.9%	7 24.1%	19 11.0%	0 0.0%	5 2.9%	17 11.5%	12 44.4%	29 55.8%
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	34 7.7%	8 9.3%	2 2.7%	5 6.3%	3 10.3%	16 9.3%	1 2.4%	2 1.2%	7 4.7%	6 22.2%	18 34.6%
再生資材の使用など省エネに配慮した原材料への切替・導入	34 7.7%	10 11.6%	4 5.5%	6 7.6%	2 6.9%	12 7.0%	0 0.0%	6 3.5%	12 8.1%	5 18.5%	11 21.2%
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	23 5.2%	5 5.8%	1 1.4%	6 7.6%	3 10.3%	8 4.7%	0 0.0%	0 0.0%	5 3.4%	2 7.4%	16 30.8%
植林・緑化ボランティア、環境保全団体への寄付、環境保全活動の推進	21 4.8%	5 5.8%	0 0.0%	5 6.3%	1 3.4%	10 5.8%	0 0.0%	3 1.8%	6 4.1%	1 3.7%	11 21.2%
自社の事業活動で使用するエネルギーの電化	17 3.9%	2 2.3%	1 1.4%	5 6.3%	2 6.9%	7 4.1%	1 2.4%	1 0.6%	5 3.4%	1 3.7%	9 17.3%
取組んでいない(今後も予定なし)	103 23.5%	20 23.3%	17 23.3%	14 17.7%	4 13.8%	48 27.9%	16 39.0%	51 29.8%	30 20.3%	1 3.7%	5 9.6%
回答事業所数(分母)	439	86	73	79	29	172	41	171	148	27	52

全体で最も多かった取組みは「エアコンの設定温度の見直し、こまめな消灯、加速・減速を抑えた運転など自社の事業活動で使用するエネルギー使用量の削減」が231社(52.6%)、次いで「照明をLEDに切り替えるなど省エネに配慮した設備・機器への切替・導入」が228社(51.9%)の順となった。一方、「取組んでいない(今後も予定なし)」は103社(23.5%)であった。規模別では従業員がいない事業所が16社(39%)で最も割合が高かった。

問9-1 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101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
知識やノウハウが不足している	47	8	8	7	3	21	6	26	12	0	3
	46.5%	40.0%	47.1%	50.0%	75.0%	45.7%	40.0%	51.0%	41.4%	0.0%	60.0%
他に優先すべき業務がある	32	11	5	3	2	11	4	17	8	1	2
	31.7%	55.0%	29.4%	21.4%	50.0%	23.9%	26.7%	33.3%	27.6%	100.0%	40.0%
取引先等から取組みを要請されていない (要請される予定がない)	24	4	7	4	0	9	5	11	7	1	0
	23.8%	20.0%	41.2%	28.6%	0.0%	19.6%	33.3%	21.6%	24.1%	100.0%	0.0%
取組むことによる効果が不明である	24	5	4	6	0	9	3	12	9	0	0
	23.8%	25.0%	23.5%	42.9%	0.0%	19.6%	20.0%	23.5%	31.0%	0.0%	0.0%
業務量の増加につながる	17	6	3	1	2	5	0	8	8	0	1
	16.8%	30.0%	17.6%	7.1%	50.0%	10.9%	0.0%	15.7%	27.6%	0.0%	20.0%
取り組むための投資やコスト負担が大きい	20	5	5	4	1	5	0	9	9	1	1
	19.8%	25.0%	29.4%	28.6%	25.0%	10.9%	0.0%	17.6%	31.0%	100.0%	20.0%
取組みを推進する人材がいない	19	6	4	2	0	7	0	9	7	0	3
	18.8%	30.0%	23.5%	14.3%	0.0%	15.2%	0.0%	17.6%	24.1%	0.0%	60.0%
回答事業者数(分母)	101	20	17	14	4	46	15	51	29	1	5

問9で取組んでいない(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47社(46.5%)で最も多かった。

業種別に見ると、製造業以外では「知識やノウハウが不足している」が最も多く、製造業では「他に優先すべき業務がある」が最も多かった。

規模別に見ると、「知識やノウハウが不足している」がほとんどの規模で最も多かった。

- 当会議所の事業やサービスにおいて、利用したことがあるものと力を入れて取組んでほしいものでは、「各種経営相談」と「各種助成金・補助金等の申請」が、昨年が続いて上位2項目となった。物価の高騰や賃上げなど、変動する経済環境への対応を図る生産性や付加価値の向上に向けた取組みに対するサポートが引き続き強く求められている。
- 利用したことのある事業に比べ、取組みを希望する事業の方が多い項目を見ると、「人材確保・活用支援」が昨年が続いて最も多く、引き続き深刻な人手不足が大きな課題となっていることが伺える。次いで「各種助成金・補助金等の申請」、「中小企業施策等の経営に役立つ情報提供」が同数となっており、引き続き、国・県・市の各種支援策等を活用した伴走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」が昨年が続いてもっとも多く、引き続き掲載内容の充実を図っていく。併せて「E-Mail」、「HP」、「LINE」等の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、業種ではサービス業、規模別では従業員がいない事業所で特に進んでいない。「パートナーシップ構築宣言」については、今なお約60%が「知らない」と回答しているため、行政や支援機関と連携を強め、実効性の担保やインセンティブの付与といった環境整備とともに、制度の周知をさらに強力に推進することが不可欠である。
- カーボンニュートラルへの対応について、自社のエネルギー使用状況・CO2排出量の把握については、「把握していない」が24.0%で昨年（56.4%）より32.4ポイント減少した。また、カーボンニュートラル実現に向けた取組みについては、「取組んでいない」が23.5%で昨年（35.1%）より11.6ポイント減少した。把握していない理由は「自社には関係がない」、取組んでいない理由は「知識やノウハウが不足している」とする回答が最も多かった。今後、カーボンニュートラルをさらに推進するためには、小規模事業者向けに取組む意義や具体的な方法などを分かりやすい言葉で発信してハードルを下げ、自分事として行動変容を促すことが重要である。