

会津若松商工会議所 会員事業所

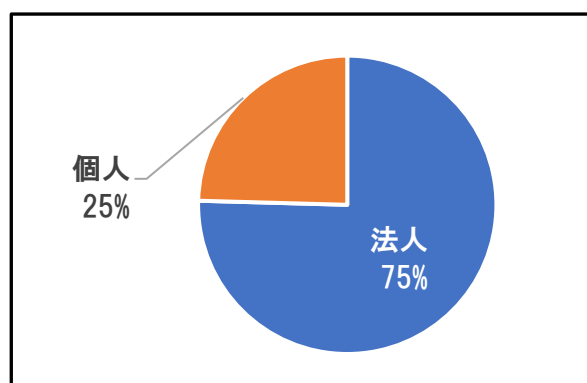
経営状況調査結果(令和5年実施)

調査実施期間：令和5年2月20日～3月17日
調査内容：別紙調査項目による
調査方法：ウェブアンケート方式にて実施
回収件数：228件（調査協力依頼文書発送2761件）、回収率8.3%

I 基本調査

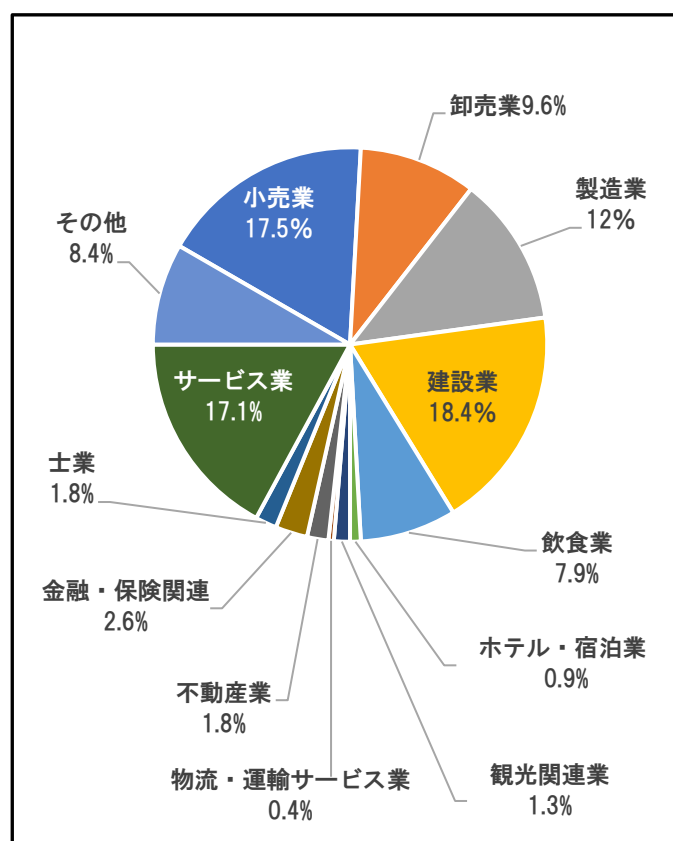
1. 事業所の形態

形態	回答数(件)	割合(%)
法人	172	75.4
個人	56	24.6



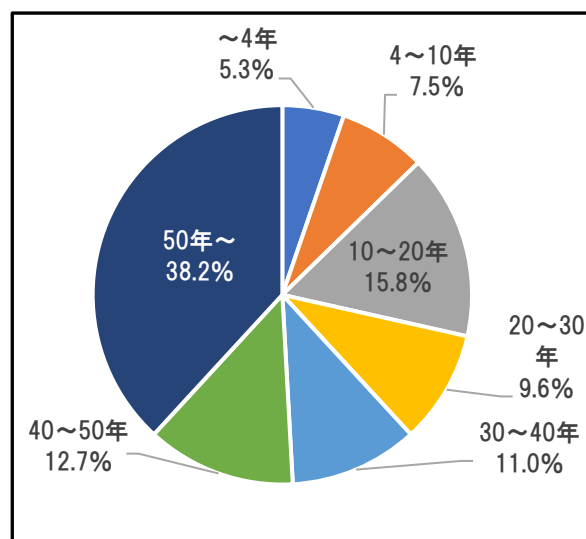
2. 業種

業種	回答数(件)	割合(%)
小売業	40	17.5
卸売業	22	9.6
製造業	28	12.3
建設業	42	18.4
飲食業	18	7.9
ホテル・宿泊業	2	0.9
観光関連業	3	1.3
物流・運輸サービス業	1	0.4
不動産業	4	1.8
金融・保険関連	6	2.6
士業	4	1.8
サービス業	39	17.1
その他	19	8.4
合計	228	100



3. 営業年数

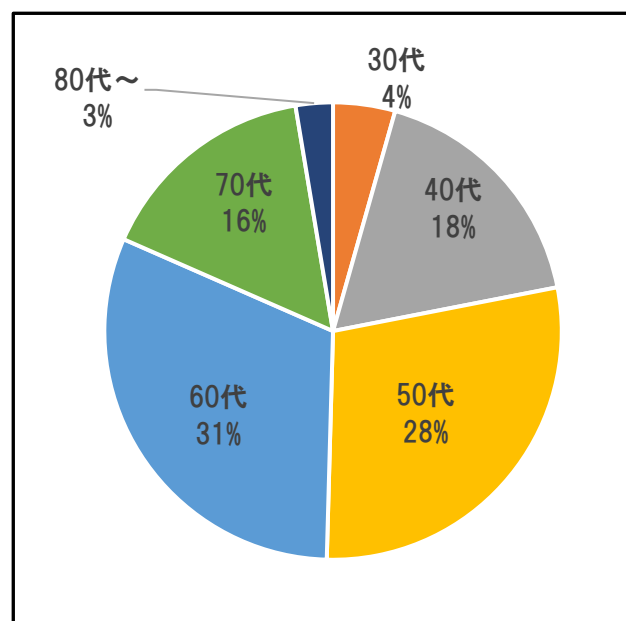
年数	回答数(件)	割合(%)
4年未満	12	5.3
4年以上10年未満	17	7.5
10年以上20年未満	36	15.8
20年以上30年未満	22	9.6
30年以上40年未満	25	11.0
40年以上50年未満	29	12.7
50年以上	87	38.2
合計	228	100



4. 代表者について

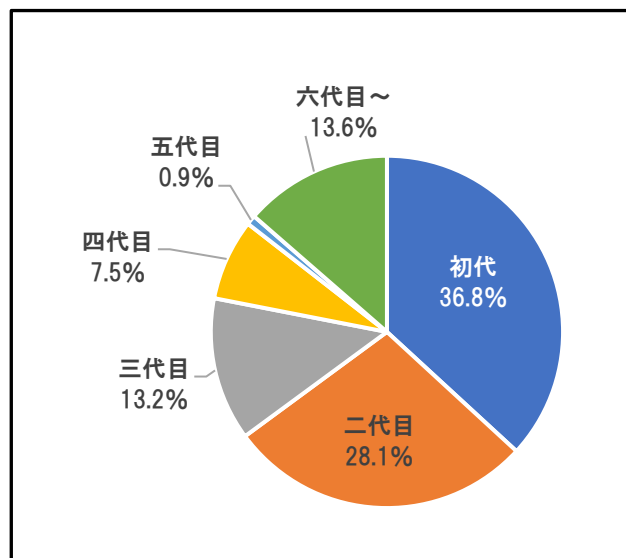
①年齢

年齢	回答数(件)	割合(%)
20代以下	0	0.0
30代	10	4.4
40代	40	17.5
50代	65	28.5
60代	71	31.1
70代	36	15.8
80代以上	6	2.6
合計	228	100



②代表者世代

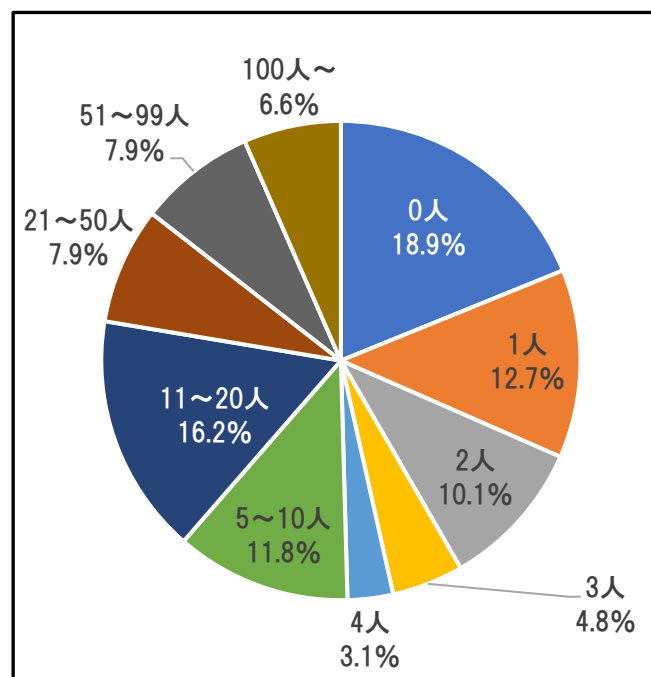
世代	回答数(件)	割合(%)
初代	84	36.8
二代目	64	28.1
三代目	30	13.2
四代目	17	7.5
五代目	2	0.9
六代目以上	31	13.6
合計	228	100



5. 従業員数

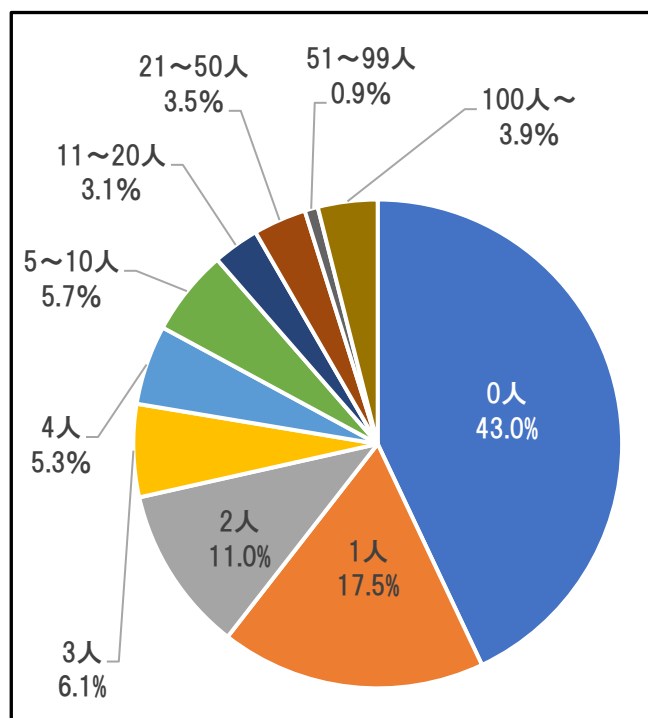
①正社員

正社員数	回答数(社)	割合(%)
0人	43	18.9
1人	29	12.7
2人	23	10.1
3人	11	4.8
4人	7	3.1
5人~10人	27	11.8
11人~20人	37	16.2
21人~50人	18	7.9
51人~99人	18	7.9
100人以上	15	6.6
合計	228	100



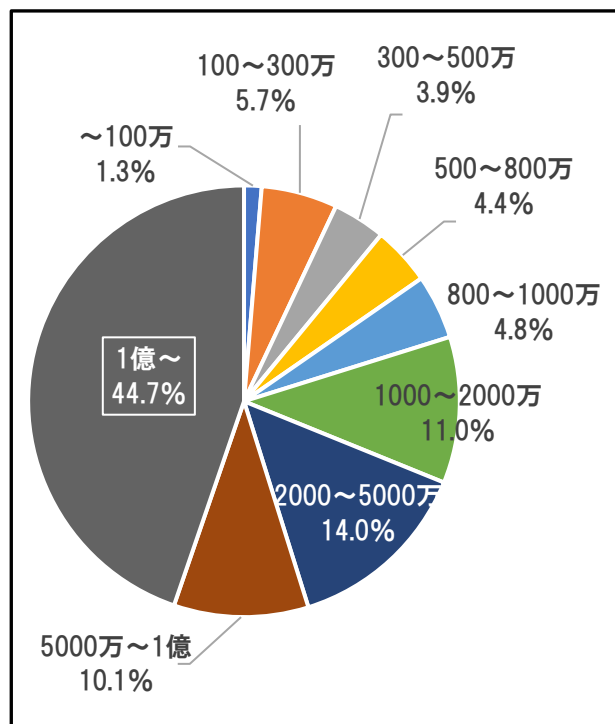
②パート・アルバイト

パート・アルバイト数	回答数(社)	割合(%)
0人	98	43.0
1人	40	17.5
2人	25	11.0
3人	14	6.1
4人	12	5.3
5人~10人	13	5.7
11人~20人	7	3.1
21人~50人	8	3.5
51人~99人	2	0.9
100人以上	9	3.9
合計	228	100



6. 売上規模

売上規模	回答数(件)	割合 (%)
100 万円未満	3	1.3
100 万円以上 300 万円未満	13	5.7
300 万円以上 500 万円未満	9	3.9
500 万円以上 800 万円未満	10	4.4
800 万円以上 1000 万円未満	11	4.8
1000 万円以上 2000 万円未満	25	11.0
2000 万円以上 5000 万円未満	32	14.0
5000 万円以上 1 億円未満	23	10.1
1 億円以上	102	44.7
合計	228	100



II コロナ禍を踏まえた経営状況について

概要

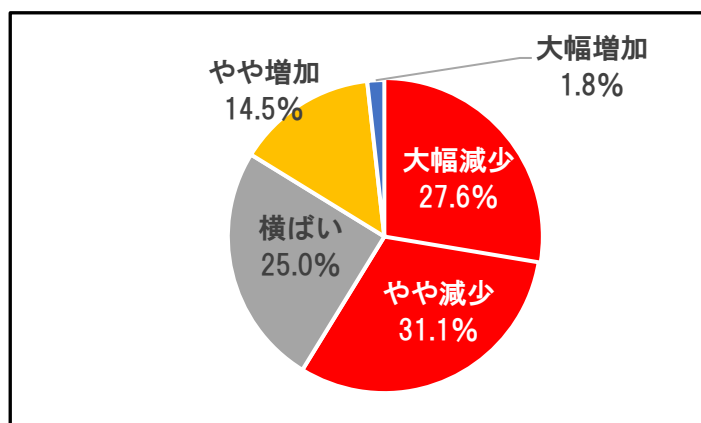
- ・コロナ前と現在を比較して売上が減少したとした事業所は6割弱。
- ・コロナ融資はほぼ半数が利用しており、今後返済が本格化。

→コロナ前と現在（令和5年2月1日）の売上を比較したところ、大幅減少・やや減少を合わせて134社（58.7%）が減少したと回答している。なお減少幅の最多回答区分は「20%以上30%未満」の34社（25.6%）であったが、業種による粗利の差異も大きいことを考慮するとかなり苦しい経営状況に追い込まれた事業者も多数あったとみられる。

一方、コロナ関連融資を受けた事業者は約半数の118社（51.8%）に上った。据え置き期間が終了し、元本返済の本格化による資金繰り確保が今後の経営課題に上ってくるものと思われる。また売上減少に伴う支援金・給付金等については、4割弱が「申請していない」としているが、上記のコロナ前後の売上で「横ばい」「増加」を合わせた回答もほぼ4割に上っており、給付申請の要件となる売上減少に該当しなかった事業所も一定程度あったと推測される。

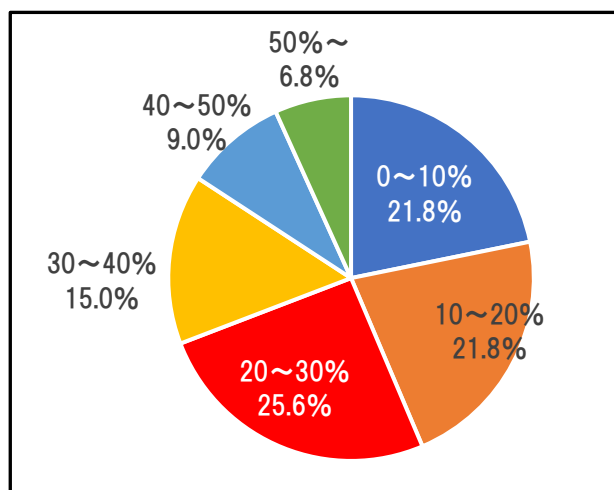
1. 貴事業所の売上推移について、コロナ前と現在（令和5年2月1日現在）を比べてどう変化しましたか

売上推移	回答数(社)	割合(%)
大幅減少	63	27.6
やや減少	71	31.1
横ばい	57	25.0
やや増加	33	14.5
大幅増加	4	1.8
合計	228	100



「1.」で「大幅減少」「やや減少」と回答された事業所を対象に) コロナ前と比べてどの程度の減少率ですか

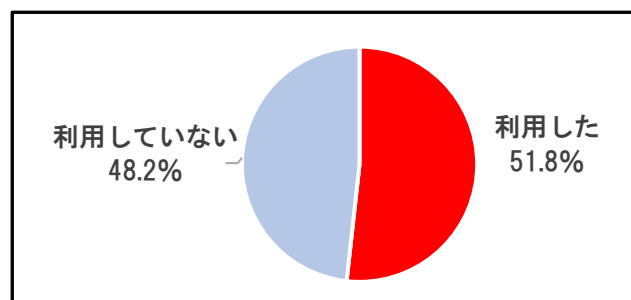
減少率	回答数(社)	割合(%)
0%以上～10%未満	29	21.8
10%以上～20%未満	29	21.8
20%以上～30%未満	34	25.6
30%以上～40%未満	20	15.0
40%以上～50%未満	12	9.0
50%以上	9	6.8
合計	133	100



2. 貴事業所がコロナ対策・支援等で利用・申請された制度等について教えてください

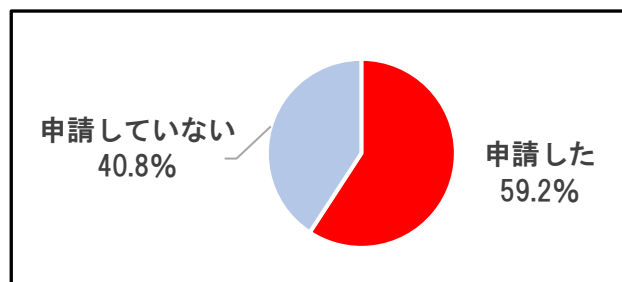
①コロナ融資（公的・民間金融機関すべて）

融資	回答数（社）	割合（%）
利用した	118	51.8
利用していない	110	48.2
合計	228	100



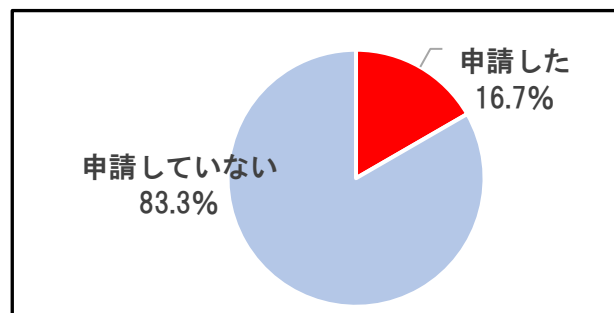
②売上減少に伴う支援金・給付金等（事業復活支援金など。個人の生活に対するものは含めない）

支援金・給付金等	回答数（社）	割合（%）
申請した	135	59.2
申請していない	93	40.8
合計	228	100



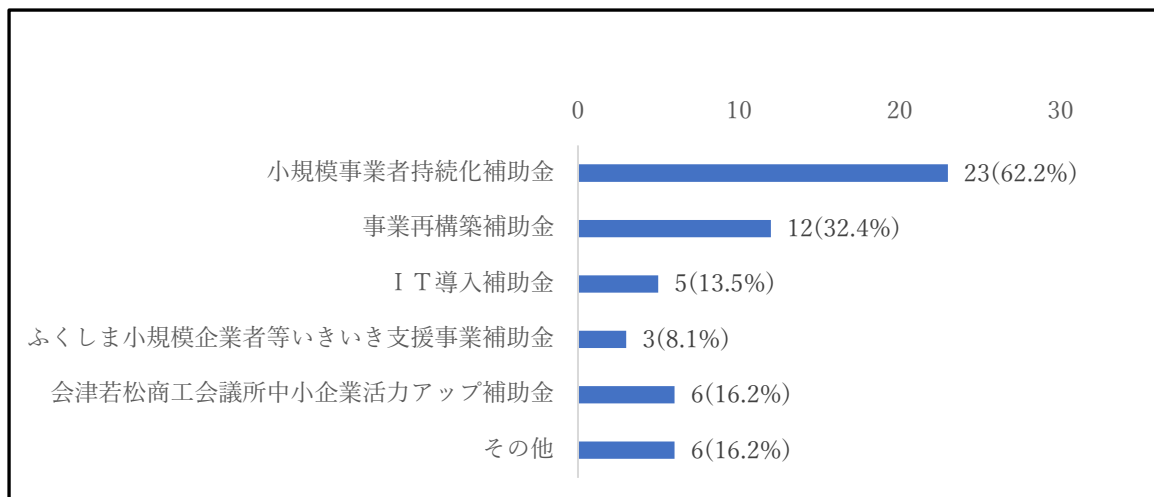
③コロナ対策としての販路拡大等に向けた各種補助金等

販路拡大等補助金	回答数（社）	割合（%）
申請した	38	16.7
申請していない	190	83.3
合計	228	100



④補助金を利用された方にお伺いします。どの補助金を申請されましたか。（複数回答）

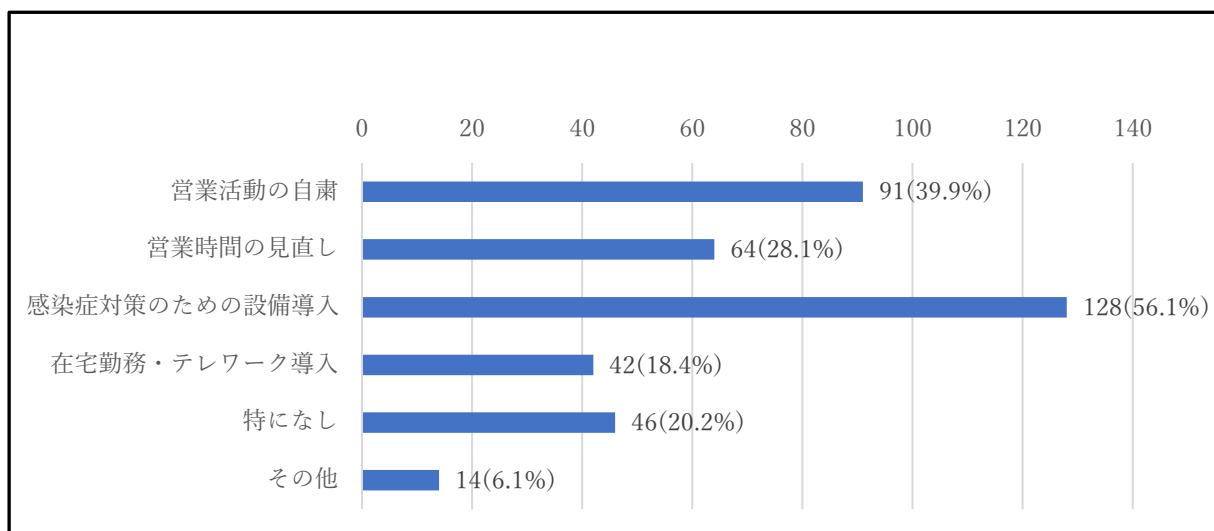
補助金	回答数（社）	割合（%）
小規模事業者持続化補助金	23	62.2
事業再構築補助金	12	32.4
IT導入補助金	5	13.5
ふくしま小規模企業者等いきいき支援事業補助金	3	8.1
会津若松商工会議所中小企業活力アップ補助金（マル活補助金）	6	16.2
その他	6	16.2



3. コロナ禍への対策として取り組んだことについて、該当するものすべてにチェックしてください。(複数回答)

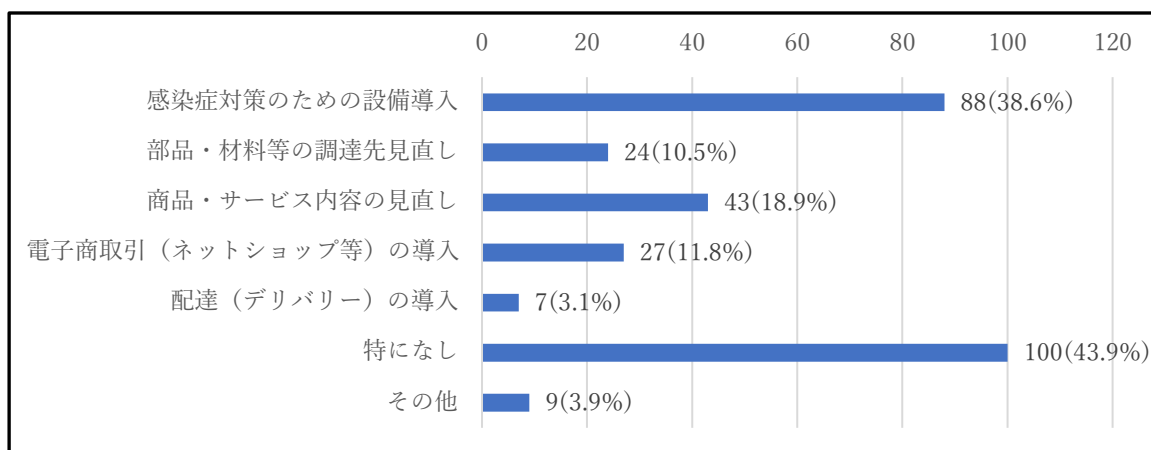
① 社内的な取組について

取組	回答数(社)	割合 (%)
営業活動の自粛	91	39.9
営業時間の見直し	64	28.1
感染症対策のための設備導入	128	56.1
在宅勤務・テレワーク導入	42	18.4
特になし	46	20.2
その他(アクリル板の設置、お茶出し中止、社内イベント中止など)	14	6.1



② 社外向けの取組について

取組	回答数(社)	割合 (%)
感染症対策のための設備導入	88	38.6
部品・材料等の調達先見直し	24	10.5
商品・サービス内容の見直し	43	18.9
電子商取引（ネットショップ等）の導入	27	11.8
配達（デリバリー）の導入	7	3.1
特になし	100	43.9
その他（他地域の来訪者制限、渉外営業の中止、出張の削減など）	9	3.9



Ⅲ 最近の原材料高、物価高への対応

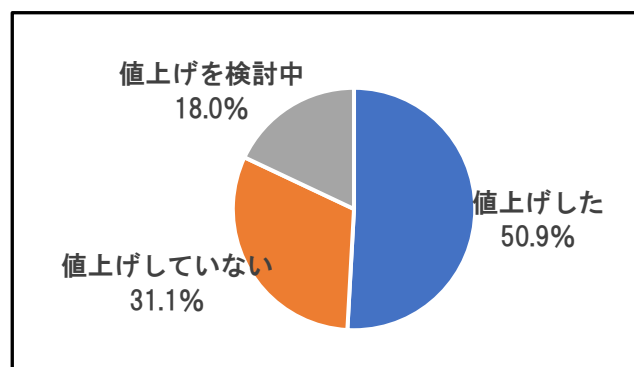
概要

・仕入れや経費増加分の価格転嫁（値上げや取引価格の見直し）を行った事業所は約半数（116件）に上ったが、必要な金額すべてを価格転嫁できた事業所はわずかにとどまる。

→価格転嫁については「値上げをしていない」との回答が3割に上り、その理由としては「同業他社の動向を踏まえて」とするものが最多（42.9%）であった。合わせて「消費者の敬遠による売上減」を懸念する声も多い。実際に価格転嫁したとする事業所も必要金額の「20%未満」とした事業所が半数（50.4%）を占め、単純に値上げへ踏み切れない実態が浮き彫りになっている。

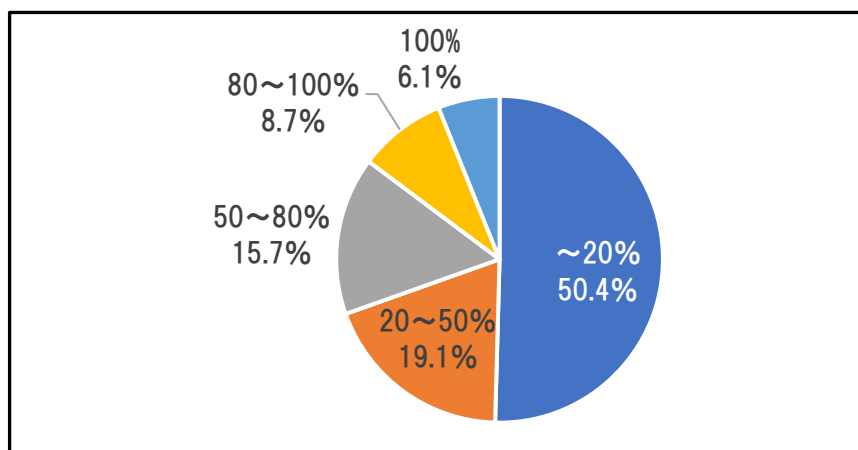
1. 価格転嫁（値上げ）はされましたか。

値上げ	回答数(社)	割合 (%)
値上げした	116	50.9
値上げしていない	71	31.1
値上げを検討中	41	18.0
合計	228	100



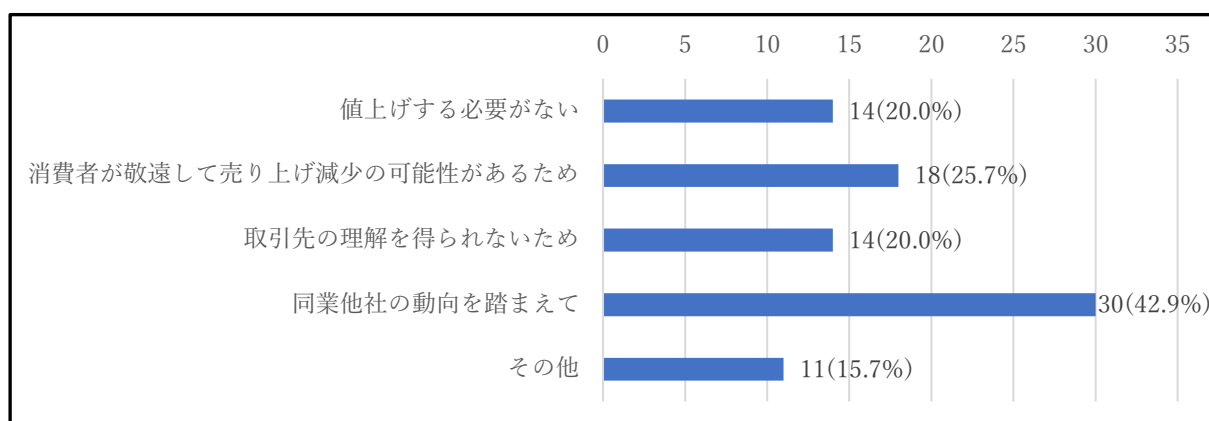
(1で「値上げした」と回答した方を対象に) 仕入または経費増加で必要な金額のうち、どの程度の価格転嫁ができましたか。

価格転嫁率	回答数(社)	割合(%)
20%未満	58	50.4
20%以上~50%未満	22	19.1
50%以上~80%未満	18	15.7
80%以上~100%未満	10	8.7
100%(すべて転嫁できている)	7	6.1
合計	115	100



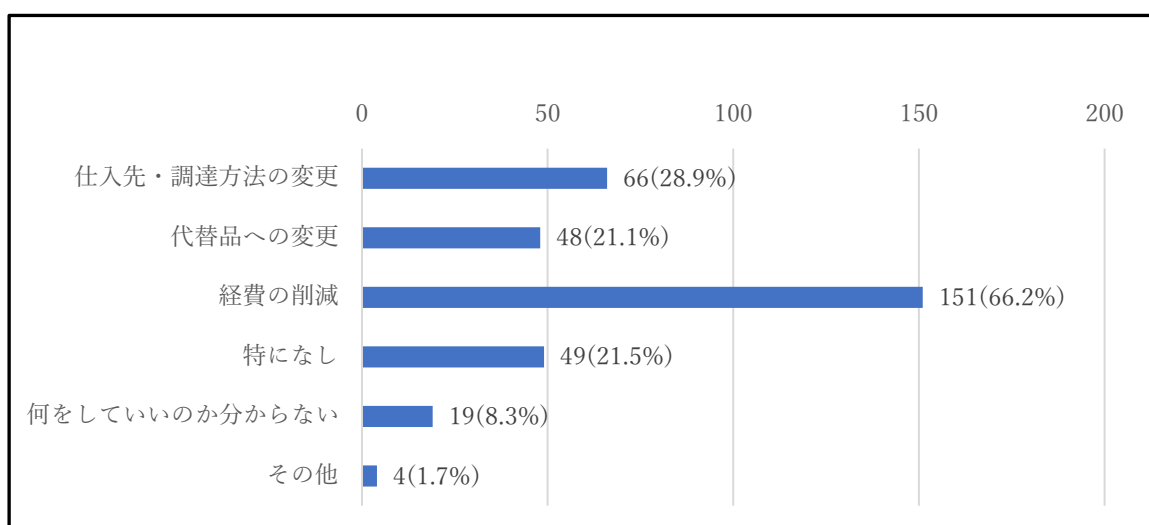
(1で「値上げしていない」と回答した方を対象に) 値上げしていない理由についてお教えください(複数回答可)

理由	回答数(社)	割合(%)
値上げする必要がない	14	20.0
消費者が敬遠して売り上げ減少の可能性があるため	18	25.7
取引先の理解を得られないため	14	20.0
同業他社の動向を踏まえて	30	42.9
その他(内容量を減らす実質的値上げ、価格設定権限がないなど)	11	15.7



2. 原材料高・物価高に対して価格転嫁以外に取り組んでいることはありますか（複数回答可）

取組	回答数（社）	割合（%）
仕入先・調達方法の変更	66	28.9
代替品への変更	48	21.1
経費の削減	151	66.2
特になし	49	21.5
何をしていたのか分からない	19	8.3
その他（内容量の見直し、仕入れ数を抑えるなど）	4	1.7



IV 消費税インボイス制度について

概要

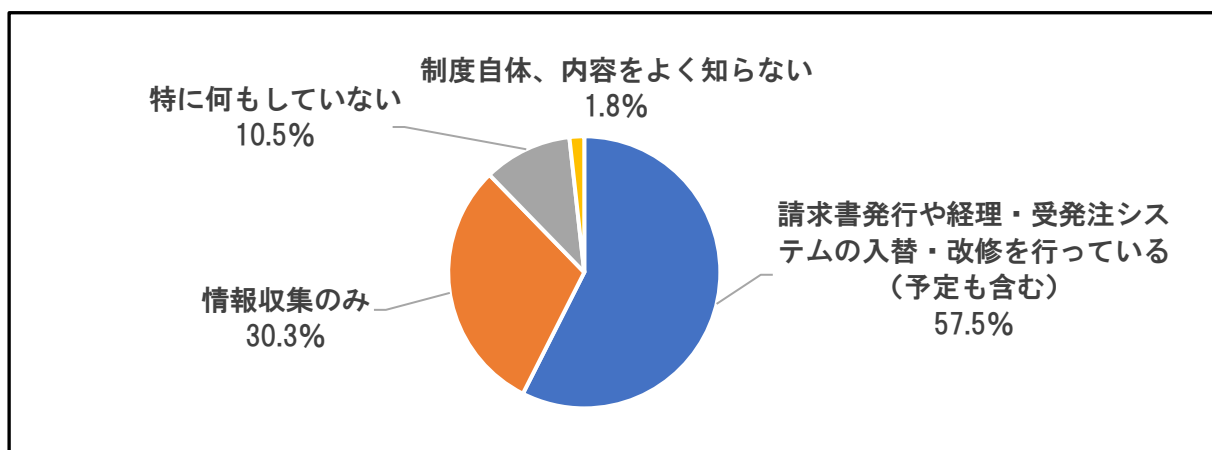
- ・登録申請済みとした事業所は67.5%、「近く申請」を合わせると77%が申請。
- ・一方で依然として検討中とした事業所も13%に上り、対応が急務。

→「制度自体の内容を知らない」とした事業所は4件(1.8%)にとどまり、昨年末の税制改正大綱に合わせてインボイス制度がクローズアップされたことなどで認知度が高まったとみられる。本調査においては事業所の基礎調査において、1000万円以上の売上がある事業者の回答が79.8%を占めており、インボイス制度「申請済み」「近く申請」を合わせた回答数とほぼ同程度の比率となったことから従前からの課税事業者の申請対応は進んでいるものとみられる。準備状況の質問では、請求書様式変更や受発注システムの入替改修等に取り組んでいるのは6割弱にとどまり、制度開始まで半年余りの中でさらなる準備加速が求められる。一方で「申請しない」とする回答を除くと、残り約13%が「検討中(検討していないを含む)」となっており、この多くは免税事業者と推測され、引き続き制度周知への注力が必要である。

→導入に向けた課題としては、「請求書等の様式変更に伴う作業増加」「経理・受発注システムの改修費用」といった事務的な問題に加え、取引先がインボイス登録事業者であるかの確認といった運用に関わるものへの対応が挙げられている。システム等については補助金の適用になるものがあること、インボイス登録の確認には国税庁のインボイス発行事業者公表サイトの利用できること等の周知が急務である。

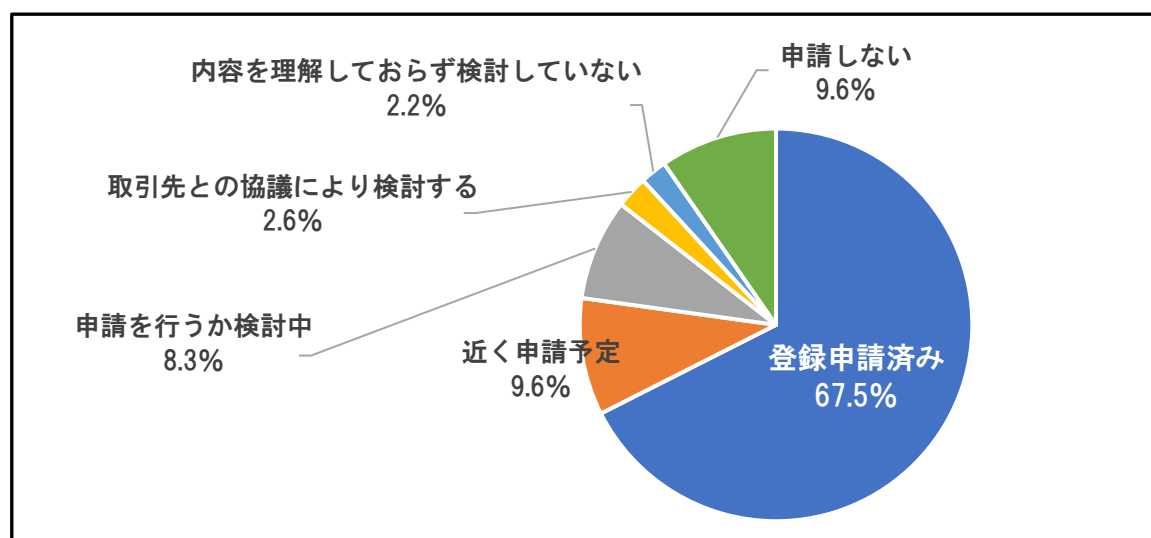
1. インボイス制度導入への準備状況をお伺いします。

準備状況	回答数(社)	割合(%)
請求書発行や経理・受発注システムの入替・改修を行っている(予定を含む)	131	57.5
情報収集のみ	69	30.3
特に何もしていない	24	10.5
制度自体、内容をよく知らない	4	1.8
合計	228	100



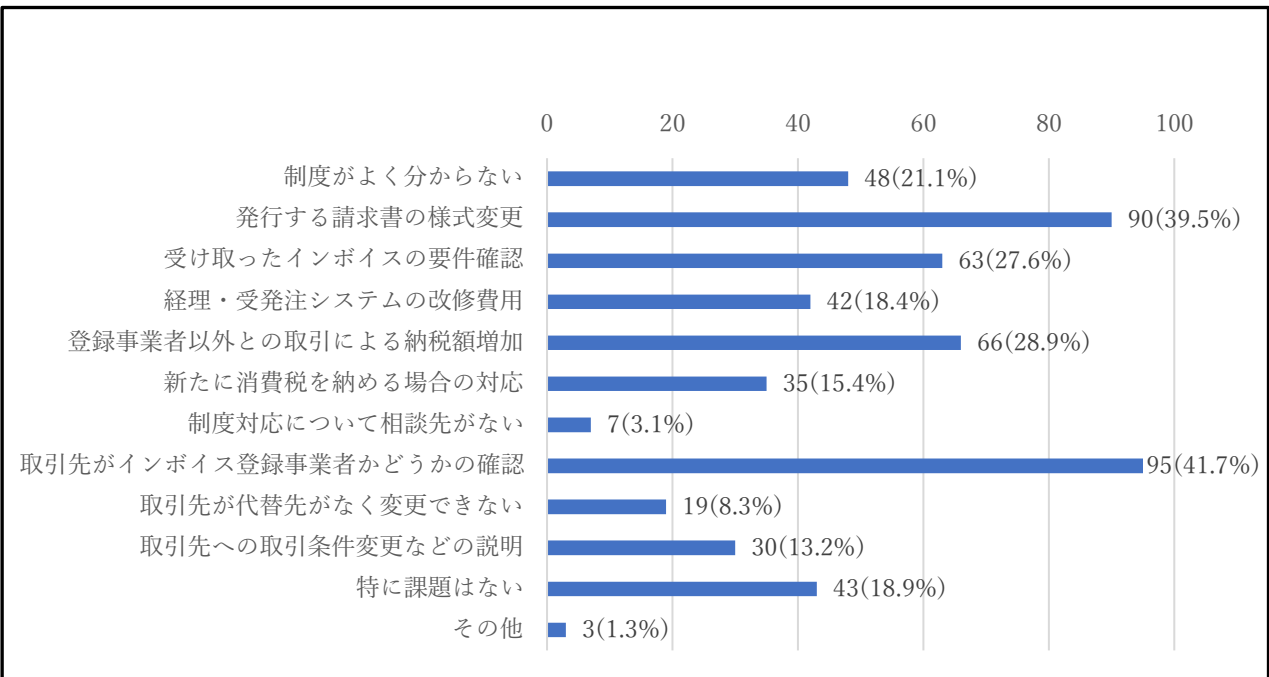
2. インボイス登録申請の有無についてお伺いします。

申請の有無	回答数(社)	割合(%)
登録申請済み	154	67.5
近く申請予定	22	9.6
申請を行うか検討中	19	8.3
取引先との協議により検討する	6	2.6
内容を理解しておらず検討していない	5	2.2
申請しない	22	9.6
合計	228	100



3. 導入に向けた課題についてお伺いします。(複数回答可)

課題	回答数(社)	割合(%)
そもそも制度がよく分からない	48	21.1
発行する請求書の様式変更	90	39.5
受け取ったインボイスの要件確認	63	27.6
経理・受発注システムの改修費用	42	18.4
インボイス登録事業者以外との取引による納税額増加	66	28.9
新たに消費税を納める場合の対応(納税のための準備等)	35	15.4
制度対応について相談先がない	7	3.1
仕入先・外注先などの取引先がインボイス登録事業者かどうかの確認	95	41.7
仕入先・外注先が免税事業者であるが、代替先がなく変更できない	19	8.3
取引先への取引条件変更などの説明	30	13.2
特に課題はない	43	18.9
その他	3	1.3



V 経営上の課題について

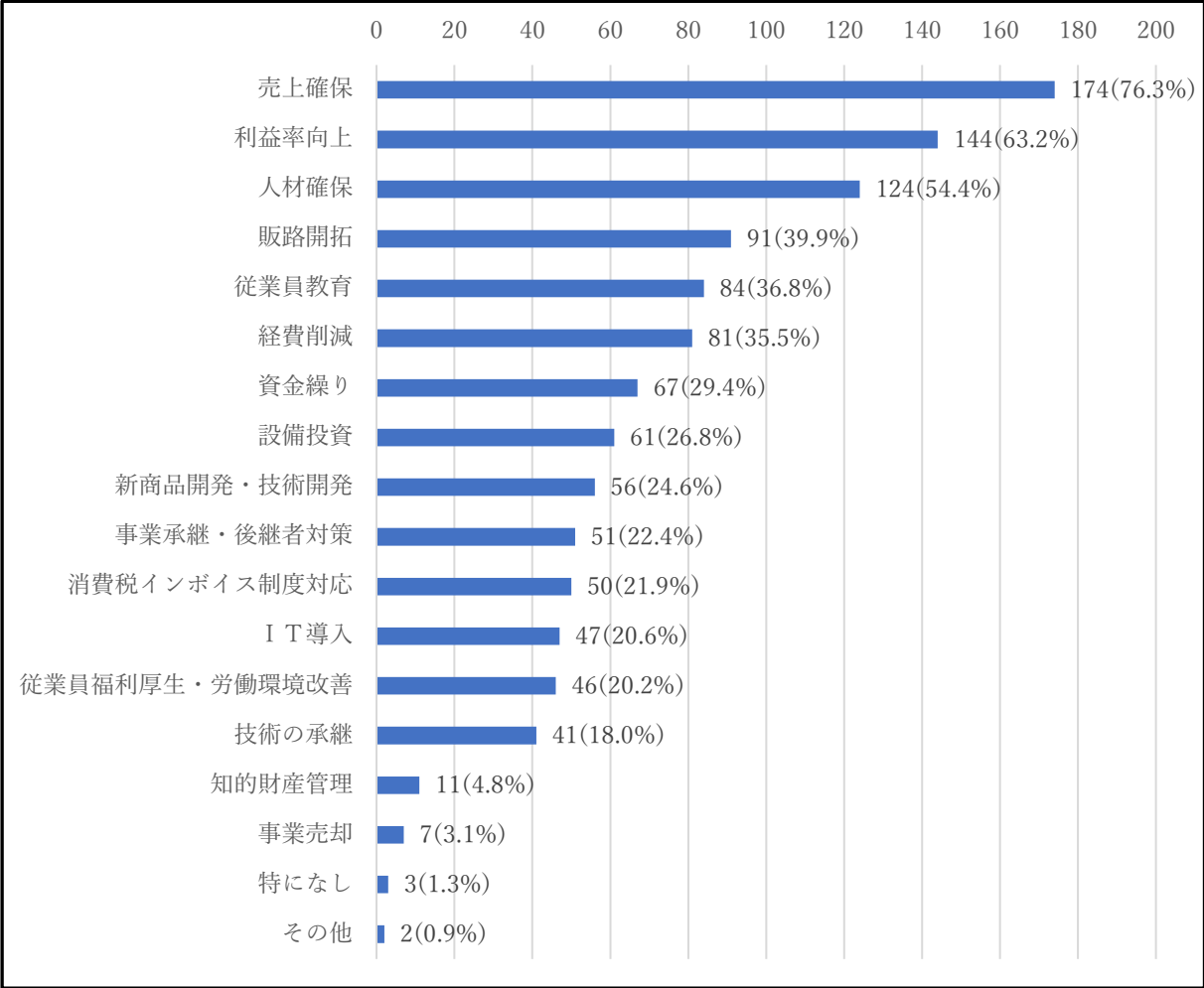
概要

- ・売上確保や利益率向上、販路開拓という売上増加、人手不足を反映した「従業員確保」は依然として喫緊の課題となっている。
- ・価格転嫁で「経費削減」、融資返済関連で「資金繰り」も浮上。

→売上確保、人材確保は経営課題として強く認識されており、従前からの関心の高い項目としては変わっていない。事業承継は前回（平成30年調査）では全体6位にあったが、今回調査では10位に後退。経費削減や資金繰りも含め、コロナ禍で傷んだ経営の建て直しが優先課題となっているとみられる。

貴事業所が抱える経営課題についてお教えてください（複数回答）

No	経営課題	回答数（社）	割合（%）	前回順位（H30年）
1位	売上確保	174	76.3	1位 売上確保
2位	利益率向上	144	63.2	2位 人材確保
3位	人材確保	124	54.4	3位 利益率確保
4位	販路開拓	91	39.9	4位 販路開拓
5位	従業員教育	84	36.8	5位 資金繰り
6位	経費削減	81	35.5	6位 事業承継・後継者対策
7位	資金繰り	67	29.4	7位 設備投資
8位	設備投資（システム・機械等）	61	26.8	8位 経費削減
9位	新商品開発・技術開発	56	24.6	9位 技術の承継
10位	事業承継・後継者対策	51	22.4	10位 新商品開発・技術開発
11位	消費税インボイス制度対応	50	21.9	11位 経営多角化
12位	IT導入（システム・機器・体制設備）	47	20.6	12位 労働環境改善
13位	従業員福利厚生・労働環境改善	46	20.2	13位 従業員福利厚生
14位	技術の承継	41	18.0	14位 IT機器導入
15位	知的財産管理	11	4.8	15位 消費増税対策
16位	事業売却	7	3.1	16位 その他
17位	特になし	3	1.3	17位 知的財産管理
18位	その他（M&A、退会数の増加など）	2	0.9	



商工会議所に対して要望する施策や取り組み、そのほかご意見をお聞かせください。(自由回答)

インボイス制度をわかりやすく、具体的にどうしたらいいかを広く説明して欲しい。時間がさけないので、文書でお願いしたい。具体的な説明が必要。
お世話になっております。有難うございます。本当に現在、コロナ禍からの、ウクライナ情勢(ロシアに収めて貰えれば)で、こんなにも世の中に影響を与えられるとは、思ってもみませんでした。早くこの状態から抜け出せればと、願ってやみません。
新事業への協力をお願い
観光に携わっている業種に対しての金銭的な支援を早急をお願いしたいです。
行政をも動かす組織力アップと強いリーダーシップの発揮を望みます。
時代に合った最先端の講習会があれば嬉しいです。
プレミアム商品券はいつもありがたいです。これからもよろしく願いいたします。
経営課題についての、セミナーや勉強会の開催や相談会等の実施
いつもありがとうございます
その時その時で何となく思い付いてはいるのですが、今のところ、年度末の作業などを含めやらなければいけない(考える)事が多く、貴社への具体的な要望や意見までは手(頭)が回らない状況です。日頃から情報の提供を始め、サポートには安心感があり感謝しています。今後も何かの時はご相談に伺いたいと思いますので今後ともよろしく願いいたします。
いつもありがとうございます。助かってます。
つなぎ資金の充実
外注先のマッチングなど気軽に出来る様なものがあれば
零細企業に親しみやすい商工会議所を目指して下さい
社員への金融リテラシー教育への手助け(新NISA制度の2024年開始をにらんで)
SNSなどを活用して販路拡大、集客力アップをしていきたいのですがやり方がわからない。教えていただきたいです。
チャットGPTの活用の範囲・使い方の研修会を、行なって欲しい。
いざという時はご相談に乗って下さい。よろしく願います。
過去に大変お世話になりました。
支援金をもっと充実してもらいたい。
補助金については、売上を対象としたものから、限界利益(売上-仕入)を対象としたものに着眼していただきたいです。
いつもお世話になっております。原材料費高騰や人件費高騰の調査は同業他社の水準や同種のお困りごとを知る上でもとても貴重なデータだと思います。各選択肢の設定も全て『あるある』で妥当な範囲だったと感じます。ご協力させて頂きますのでもっと頻度高く調査をお願い出来ればと存じます。
必要な情報は、頂いているので別段ない
助成金申請書の作成にたいして丁寧な援助が必要ではないか。・指導・応援・援助・代行
会員事業所支援の具体的なメニューや内容に関する周知が不十分ではないか。
特になし(8件)