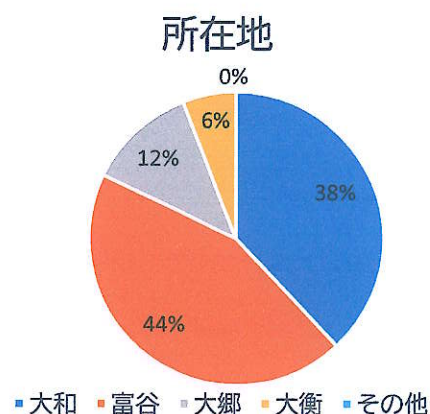


令和6年度
経営状況アンケート結果

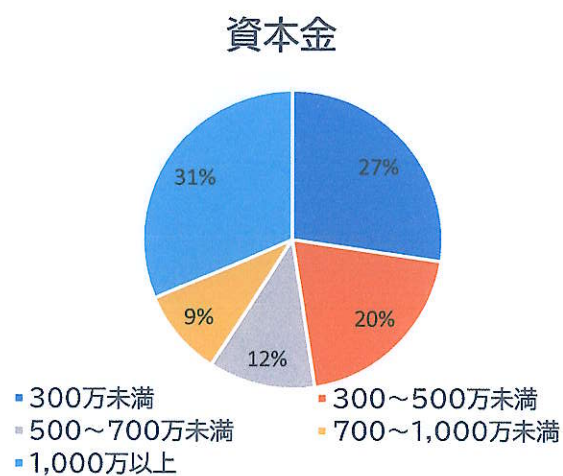
くろかわ商工会

問1 事業所の概要について(1)

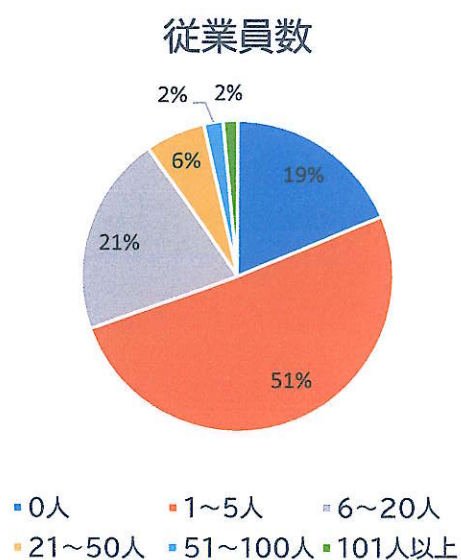
所在地	回答数	回答率
大和	170	38%
富谷	198	44%
大郷	53	12%
大衡	27	6%
その他	0	0%
合計	448	100%



資本金	回答数	回答率
300万未満	73	27%
300～500万未満	54	20%
500～700万未満	31	12%
700～1,000万未満	25	9%
1,000万以上	84	31%
合計	267	100%

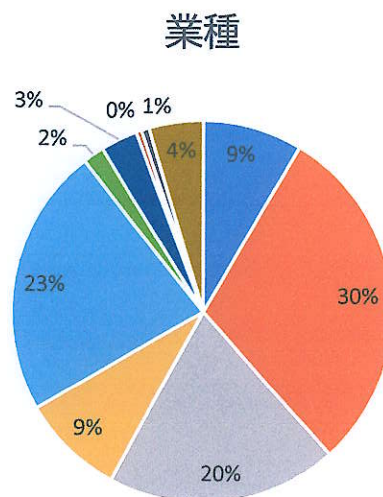


従業員数	回答数	回答率
0人	83	19%
1～5人	225	51%
6～20人	92	21%
21～50人	27	6%
51～100人	9	2%
101人以上	7	2%
合計	443	100%



問1 事業所の概要について(2)

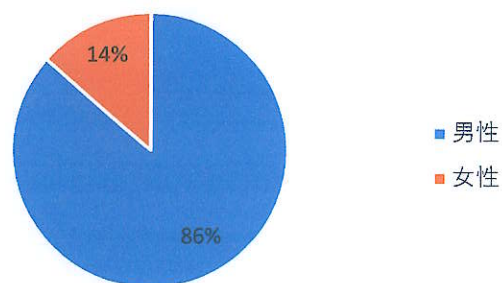
業種	回答数	回答率
製造業	38	9%
建設業	133	30%
卸・小売業	87	20%
飲食・宿泊業	39	9%
サービス業	102	23%
不動産業	8	2%
運輸・倉庫業	14	3%
情報・通信業	2	0%
金融・保険業	3	1%
その他	20	4%
合計	446	100%



- 製造業
- 建設業
- 卸・小売業
- 飲食・宿泊業
- サービス業
- 不動産業
- 運輸・倉庫業
- 情報・通信業
- 金融・保険業
- その他

性別	回答数	回答率
男性	384	86%
女性	60	14%
合計	444	100%

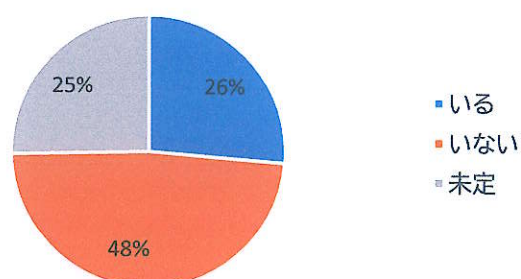
代表者性別



- 男性
- 女性

後継者	回答数	回答率
いる	115	26%
いない	211	48%
未定	110	25%
合計	436	100%

後継者の状況



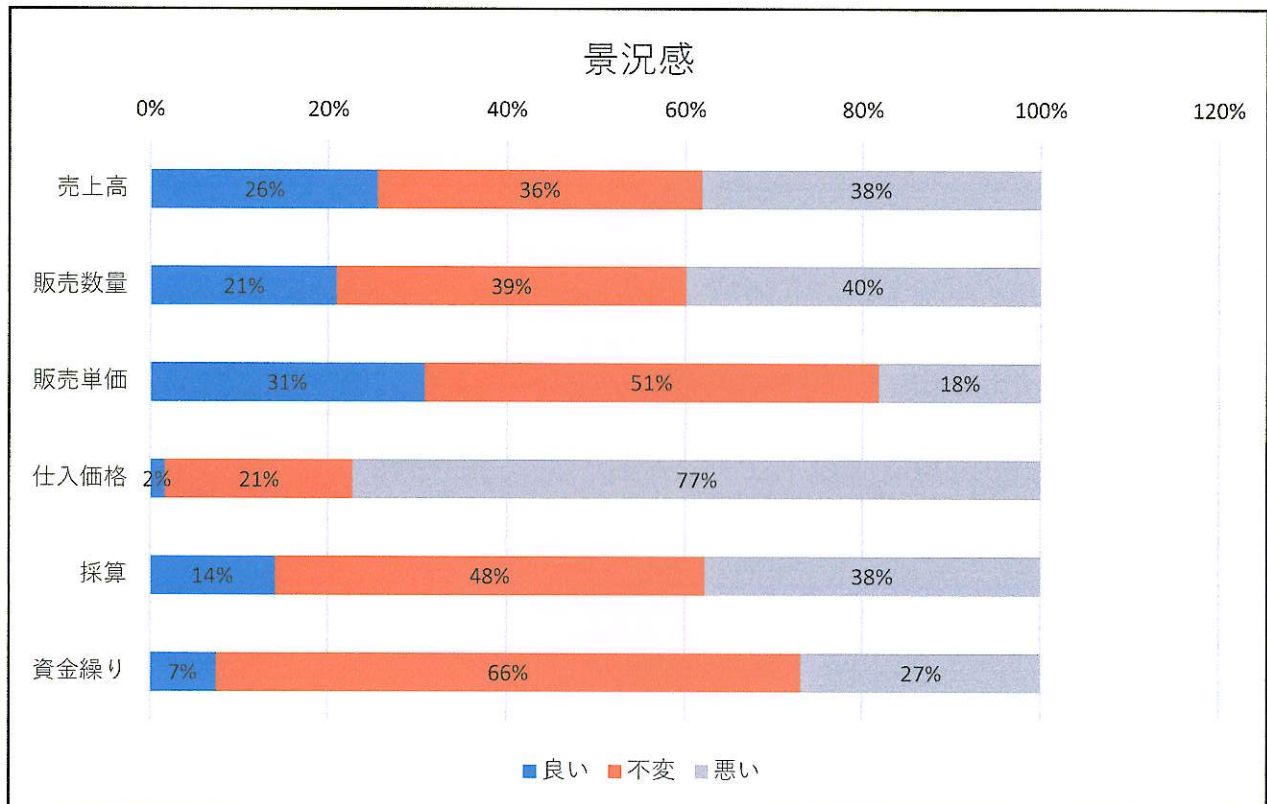
- いる
- いない
- 未定

相談希望	回答数	回答率
希望する	11	3%
希望しない	362	97%
合計	373	100%

景況感について

問2 昨年同時期と比較した景況感について

項目	良い		不変		悪い		総数
売上高	増加		不変		減少		
	112	26%	159	36%	167	38%	438
販売(受注) 数量	増加		不変		減少		
	85	21%	159	39%	162	40%	406
販売(受注) 単価	上昇		不変		低下		
	122	31%	202	51%	72	18%	396
原材料・仕入 価格	低下		不変		上昇		
	7	2%	87	21%	319	77%	413
採算 (経常利益)	好転		不変		悪化		
	59	14%	203	48%	159	38%	421
資金繰り	好転		不変		悪化		
	31	7%	276	66%	113	27%	420

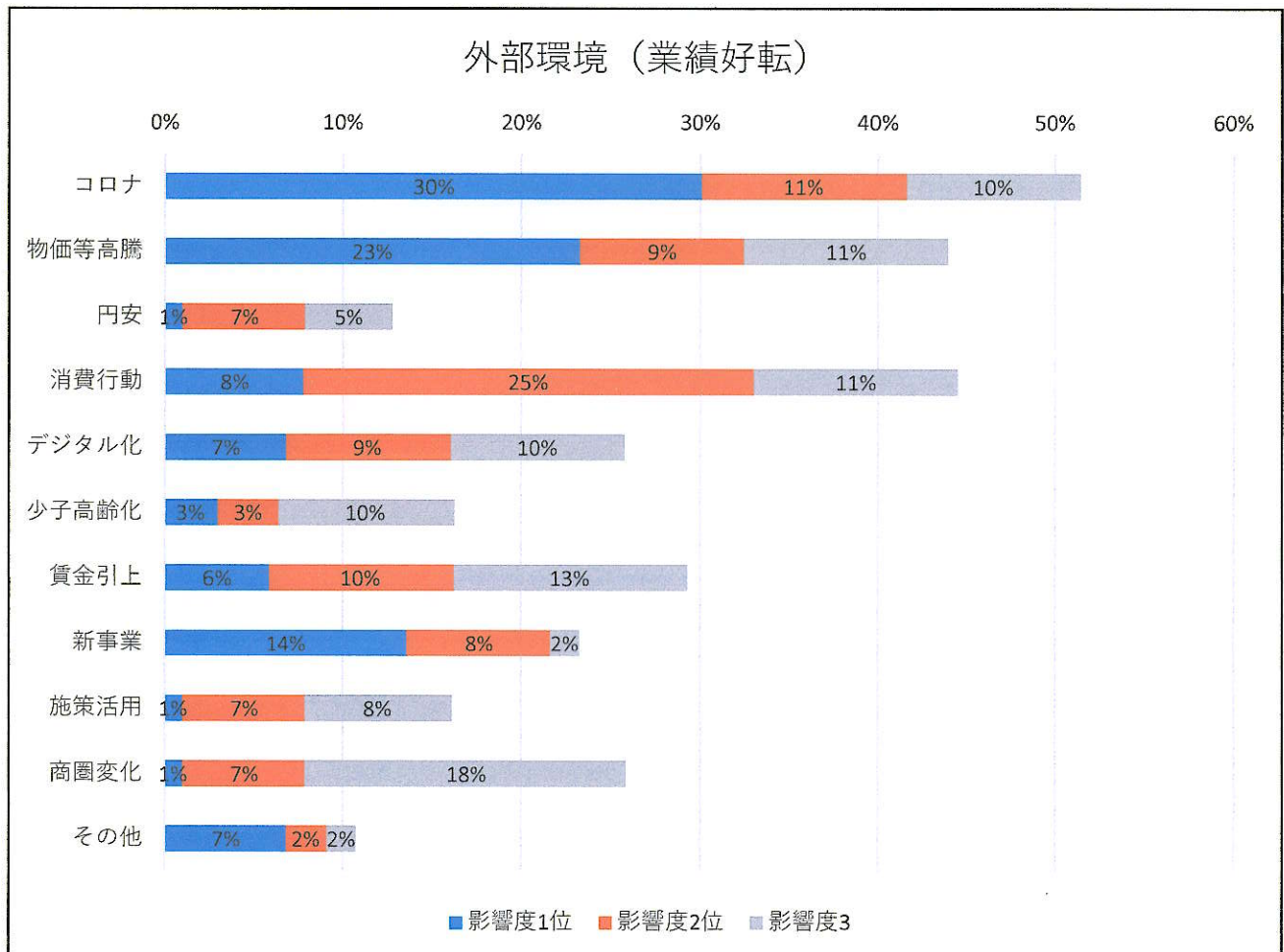


景況感について

問3 景況感に影響を与えている要因(回復・好転)について

[業績が回復・好転]

回答項目	影響度1位		影響度2位		影響度3位		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
コロナ	31	30%	10	11%	6	10%	47	19%
物価等高騰	24	23%	8	9%	7	11%	39	16%
円安	1	1%	6	7%	3	5%	10	4%
消費行動	8	8%	22	25%	7	11%	37	15%
デジタル化	7	7%	8	9%	6	10%	21	8%
少子高齢化	3	3%	3	3%	6	10%	12	5%
賃金引上	6	6%	9	10%	8	13%	23	9%
新事業	14	14%	7	8%	1	2%	22	9%
施策活用	1	1%	6	7%	5	8%	12	5%
商圈変化	1	1%	6	7%	11	18%	18	7%
その他	7	7%	2	2%	1	2%	10	4%
合計	103	100%	87	100%	61	100%	251	100%

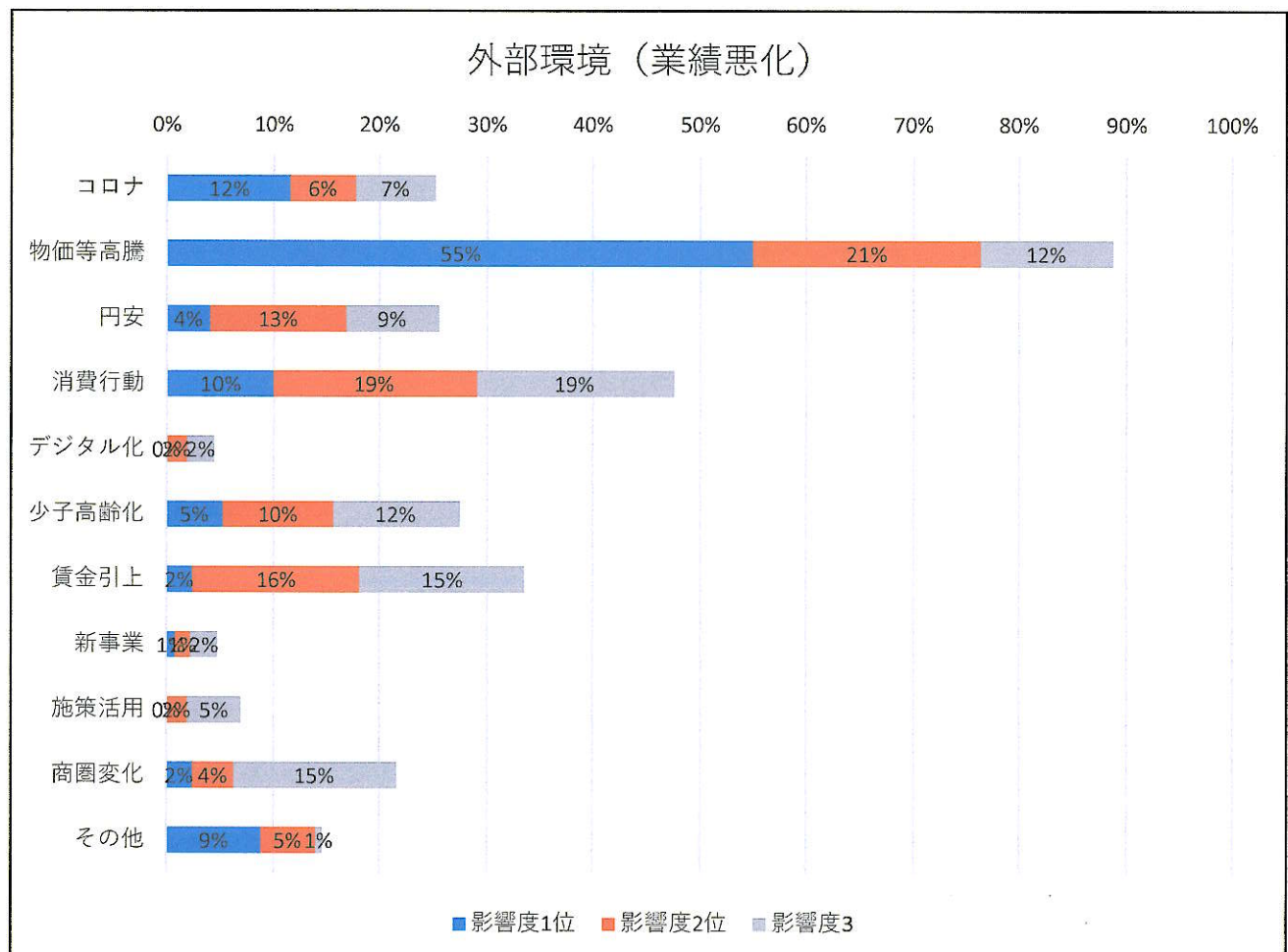


景況感について

問3 景況感に影響を与えている要因(悪化・暗転)について

[業績が悪化・暗転]

回答項目	影響度1位		影響度2位		影響度3位		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
コロナ	29	12%	13	6%	12	7%	54	9%
物価等高騰	138	55%	45	21%	20	12%	203	35%
円安	10	4%	27	13%	14	9%	51	9%
消費行動	25	10%	40	19%	30	19%	95	16%
デジタル化	0	0%	4	2%	4	2%	8	1%
少子高齢化	13	5%	22	10%	19	12%	54	9%
賃金引上	6	2%	33	16%	25	15%	64	11%
インボイス	2	1%	3	1%	4	2%	9	2%
施策活用	0	0%	4	2%	8	5%	12	2%
商圈変化	6	2%	8	4%	25	15%		
その他	22	9%	11	5%	1	1%	34	6%
合計	251	100%	210	100%	162	100%	584	100%



問2 昨年同時期と比較した景況感について

昨年同時期と比較して、売上高が増加したと回答した企業は26%であり、悪化した企業は38%となっています。仕入価格については77%の企業で増加していると回答しているものの、販売単価については51%の企業が変化なしと回答していることから、販売数量の減少や価格転嫁が行えていないことが推測されます。

一方、資金繰りについては、変化なしと回答した企業が66%であり、昨年度調査より4%減少しています。当面の資金繰りに不安がないことが示唆されますが、経営環境の悪化が継続する可能性があるため、利益への圧力や資金繰りの悪化への懸念が生じています。資金繰りが厳しくなる前の現時点で対策を検討する必要性が高まっていると思われます。

問3 景況感に影響を与えている要因(回復・好転)について

業績回復・好転要因について、コロナ(2類から5類への移行)が最も多く、19%を占めています。次いで、物価高騰が16%、消費行動の変化が15%、と続きます。これらのデータから、感染症法上の位置づけが変更になったことで、人流が戻りつつあることが推測されます。更に消費行動の変化まで踏まえると、コロナ禍において外部環境の変化に適応するために新たな事業展開等を積極的に進めた事業者が、早期の業績回復に向かっている可能性が高まっています。

経営環境の変化は様々な要因により今後も続くことが予測されますので、市場ニーズへの迅速な対応や新たなビジネスモデルの構築を模索することが必要と思慮されます。消費行動の変化や物価高騰に対処するために、価値提供や価格戦略の見直しを行うことが必要と思われます。業界別にも状況は異なりますが、環境への適切な対応が今後の成功につながると考えられます。

問3 景況感に影響を与えている要因(悪化・暗転)について

業績の悪化および暗転の要因として主に物価高騰を指摘していることが明らかです。物価高騰は、すべての要因の中で最も大きな割合を占めており、全体の35%にも及んでいます。この高騰が事業者にとって大きな懸念材料となっていることが理解できます。

さらに、業績に対する影響として、消費行動の変化も重要な要因として挙げられており、その割合は16%です。ここでは、顧客の購買行動が変化し、それに対応することの難しさが示唆されています。

また、昨年度は物価高騰や消費行動の変化に次いで、コロナウイルスが挙げられていましたが、本年度調査では、賃金引上が11%という結果になりました。

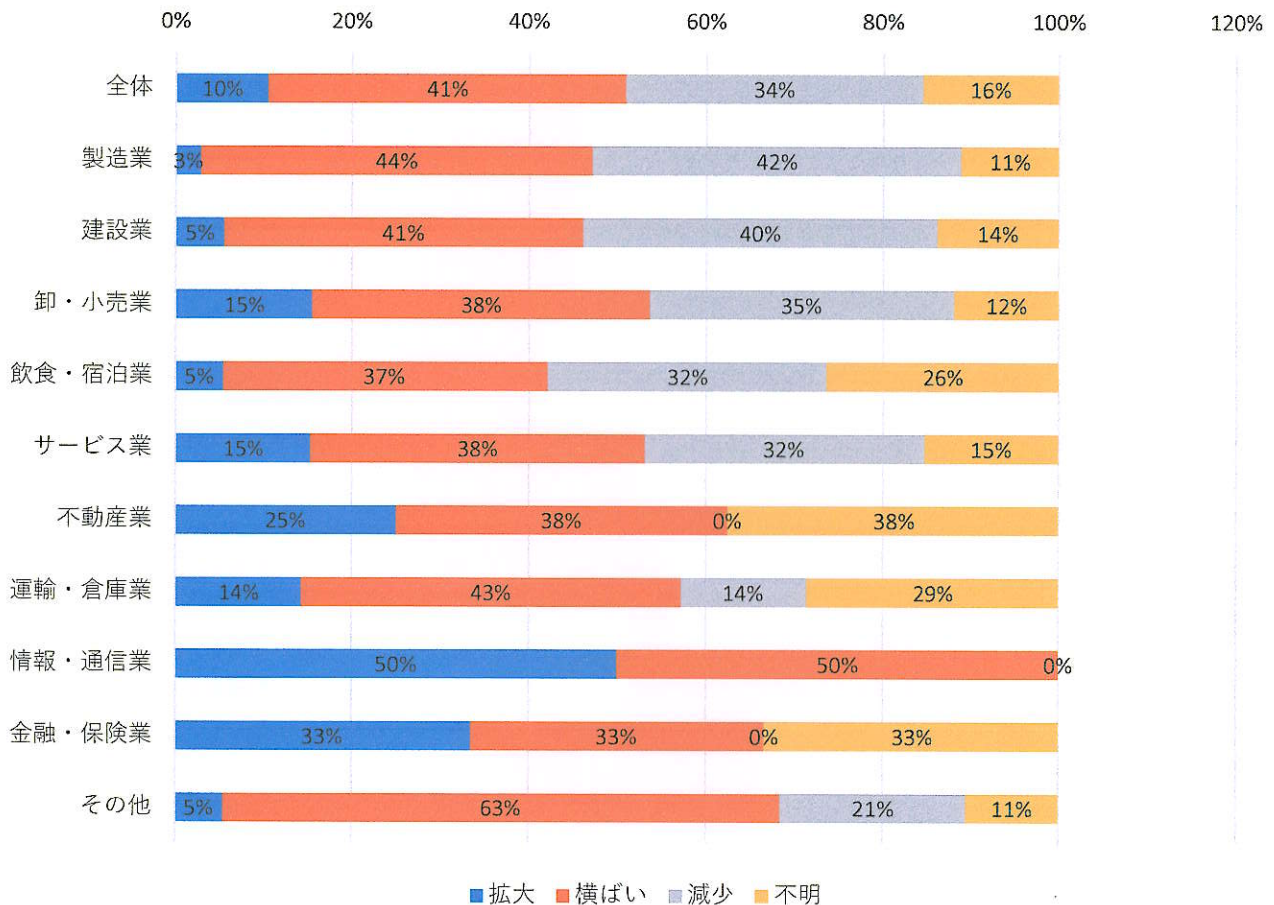
これらの要因に関して、顧客離れを不安視し価格転嫁に踏み切れない、自社の「強みや売り」を明確にし、消費者に対し訴求することの難しさが考えられ、業績の改善に向けて、これらの要因を適切に対処する戦略を検討し計画を策定する必要があると思われます。

事業の将来性について

問4 主要事業の現在の市場環境について

業種	拡大		横ばい		減少		不明		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
製造業	1	3%	16	44%	15	42%	4	11%	36	8%
建設業	7	5%	53	41%	52	40%	18	14%	130	30%
卸・小売業	13	15%	32	38%	29	35%	10	12%	84	19%
飲食・宿泊業	2	5%	14	37%	12	32%	10	26%	38	9%
サービス業	15	15%	37	38%	31	32%	15	15%	98	23%
不動産業	2	25%	3	38%	0	0%	3	38%	8	2%
運輸・倉庫業	2	14%	6	43%	2	14%	4	29%	14	3%
情報・通信業	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	2	0%
金融・保険業	1	33%	1	33%	0	0%	1	33%	3	1%
その他	1	5%	12	63%	4	21%	2	11%	19	4%
全体	45	10%	175	41%	145	34%	67	16%	432	100%

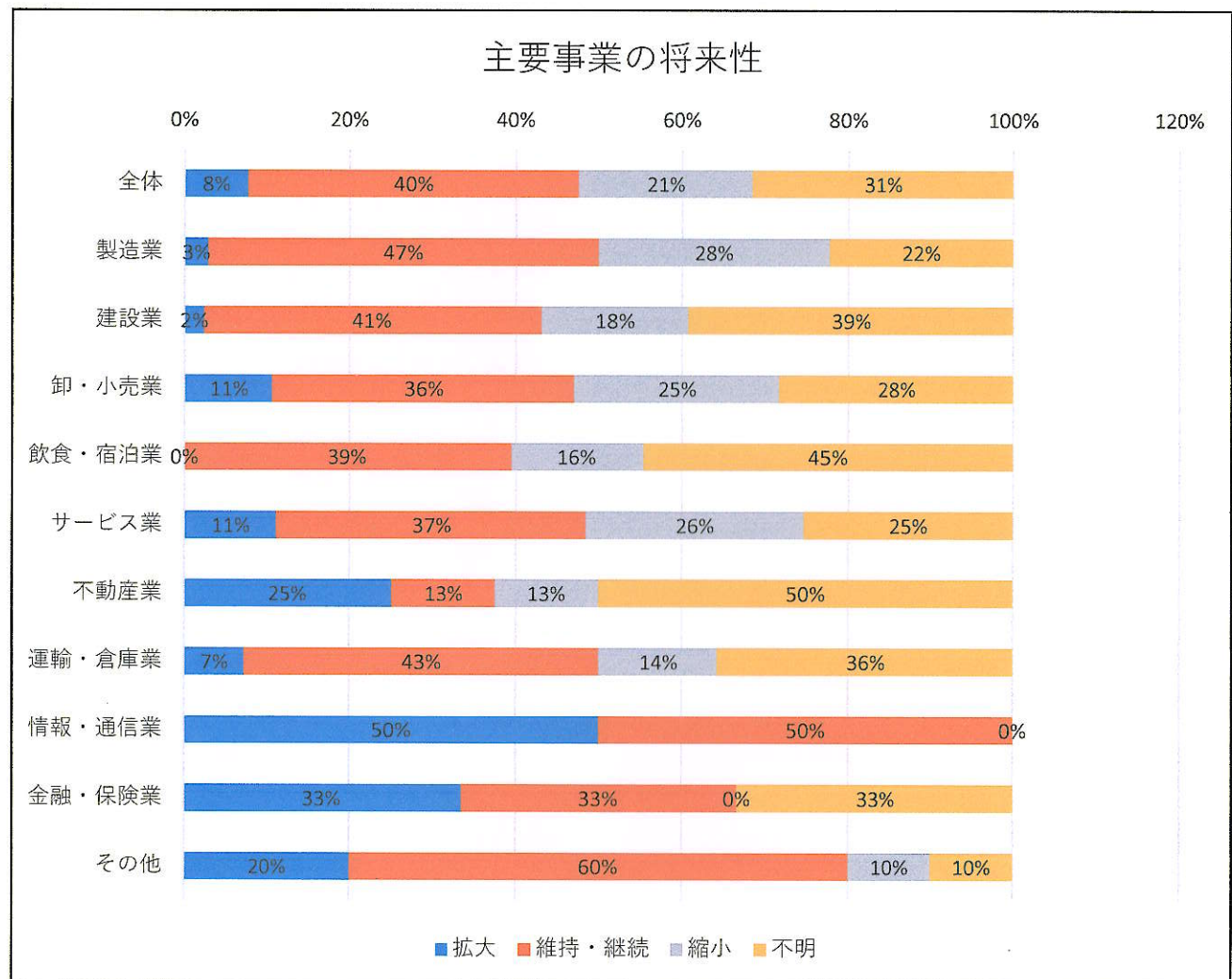
主要事業の市場環境



事業の将来性について

問5 主要事業の将来性(5～10年先)について

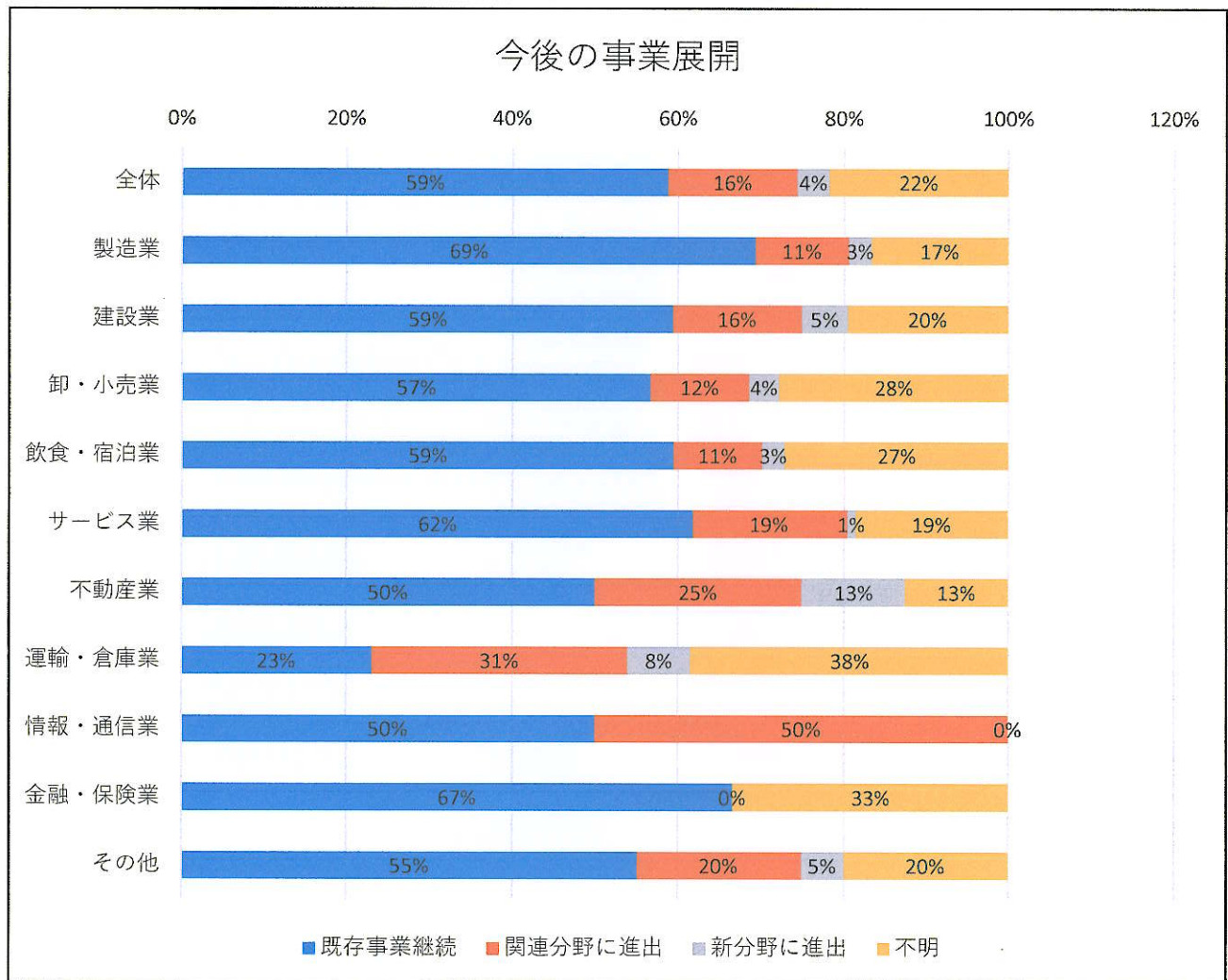
業種	拡大		維持・継続		縮小		不明		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
製造業	1	3%	17	47%	10	28%	8	22%	36	8%
建設業	3	2%	53	41%	23	18%	51	39%	130	30%
卸・小売業	9	11%	31	36%	21	25%	24	28%	85	20%
飲食・宿泊業	0	0%	15	39%	6	16%	17	45%	38	9%
サービス業	11	11%	37	37%	26	26%	25	25%	99	23%
不動産業	2	25%	1	13%	1	13%	4	50%	8	2%
運輸・倉庫業	1	7%	6	43%	2	14%	5	36%	14	3%
情報・通信業	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	2	0%
金融・保険業	1	33%	1	33%	0	0%	1	33%	3	1%
その他	4	20%	12	60%	2	10%	2	10%	20	5%
全体	33	8%	174	40%	91	21%	137	31%	435	100%



事業の将来性について

問6 今後の事業展開について

業種	既存事業継続		関連分野に進出		新分野に進出		不明		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
製造業	25	69%	4	11%	1	3%	6	17%	36	8%
建設業	76	59%	20	16%	7	5%	25	20%	128	30%
卸・小売業	47	57%	10	12%	3	4%	23	28%	83	19%
飲食・宿泊業	22	59%	4	11%	1	3%	10	27%	37	9%
サービス業	60	62%	18	19%	1	1%	18	19%	97	22%
不動産業	4	50%	2	25%	1	13%	1	13%	8	2%
運輸・倉庫業	3	23%	4	31%	1	8%	5	38%	13	3%
情報・通信業	1	50%	1	50%	0	0%	0	0%	2	0%
金融・保険業	2	67%	0	0%	0	0%	1	33%	3	1%
その他	11	55%	4	20%	1	5%	4	20%	20	5%
全体	251	59%	67	16%	16	4%	93	22%	427	100%



事業の将来性について

問4 主要事業の現在の市場環境について

主要事業の市場環境は、成長が10%、横ばいが41%、減少が34%という傾向を示しています。拡大傾向にあると捉えている業種は、情報・通信業が50%、金融・保険業が33%であり、一方、減少傾向と捉えている業種は、製造業42%、建設業40%となっています。

一般的には、景気変動によって敏感に影響を受ける業種は、建設業や製造業、小売業、運輸業等が挙げられ、本調査結果と一致していることから、景気の不安定さが確認されます。

市場変動に対応するためにも、業界ごとのリスクと機会を考慮した戦略構築のため、市場環境の分析が必要と思われます。

問5 主要事業の将来性(5～10年先)について

「主要事業の将来性について、全業種において成長が8%、維持・継続が40%、縮小が21%の予測がなされています。特筆すべき点としては、昨年度の調査結果で運輸・倉庫業において事業縮小を予測している事業者が55%となっていたましたが、今回の調査では、14%と大幅に減少しております。

管内の運輸・倉庫業者については、良い傾向と見受けられますが業界的には、人材確保や効率的な業務運営が重要な課題とされており、市場環境の変化に柔軟に対応し、競争力を維持・向上させる戦略が求められます。

また、全業種において不明と回答した割合が31%となっており、昨年度調査より8%の増加となっており、市場環境の把握が困難となっていることが思慮されます。

問6 今後の事業展開について

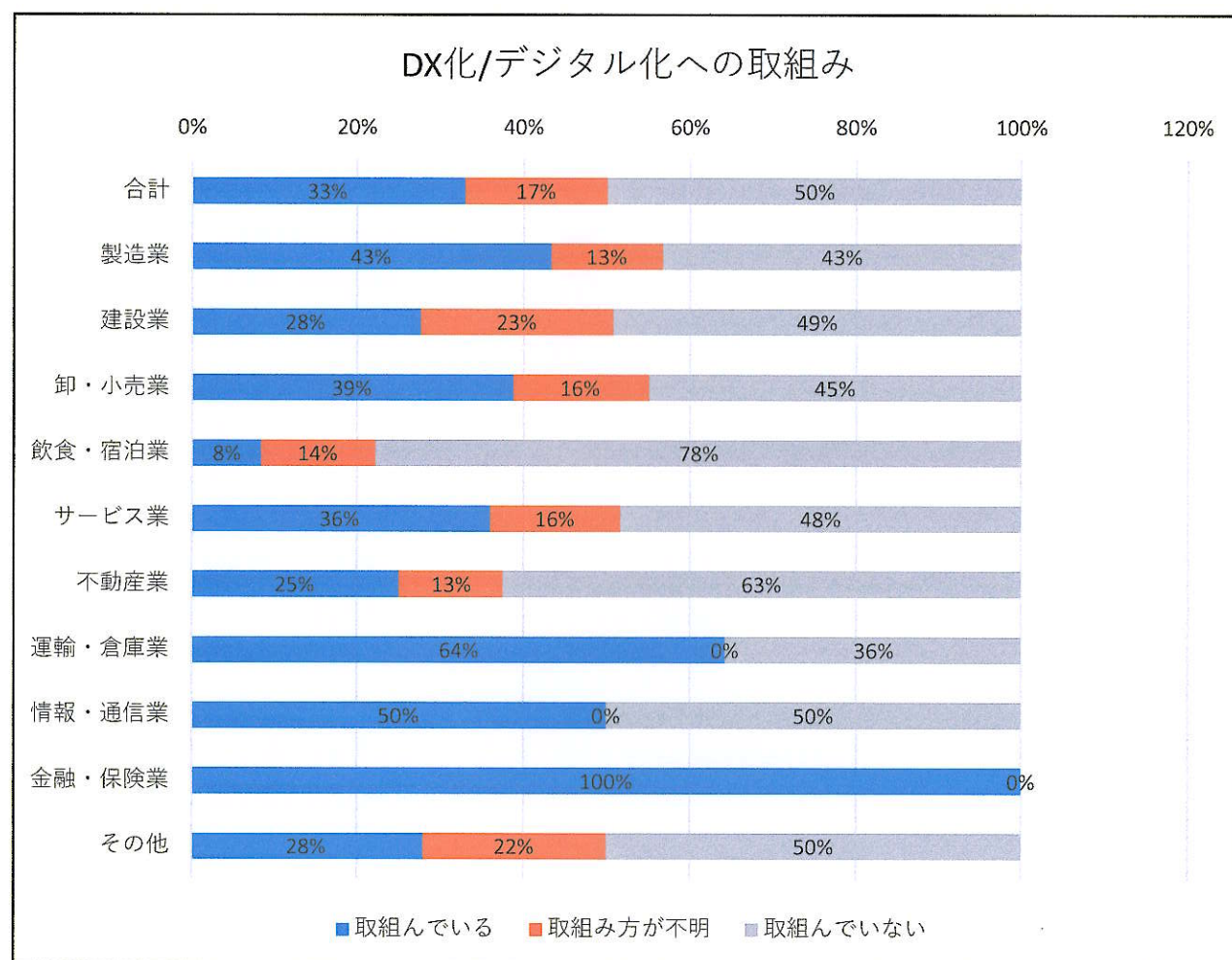
今後の事業展開に関して、業種全体では、59%が既存事業を継続する方針を持ち、16%が関連分野への進出を検討しています。さらに、4%が新たな分野への進出を検討している結果となり、概ね昨年度の調査結果と同様の割合となりました。業種別では、不動産業、運輸・倉庫業において関連分野への進出に積極的な意識が高まっています。

これらの傾向は、市場の変化や競争激化に対応するため、新たな機会を模索し、事業の多角化を検討していることを示しています。今後、業界ごとに異なる展開戦略が必要であり、リスクと機会を慎重に評価することが成功の鍵と思われます。

DX化への取組み状況について

問7 DX/デジタル化への取組み状況について

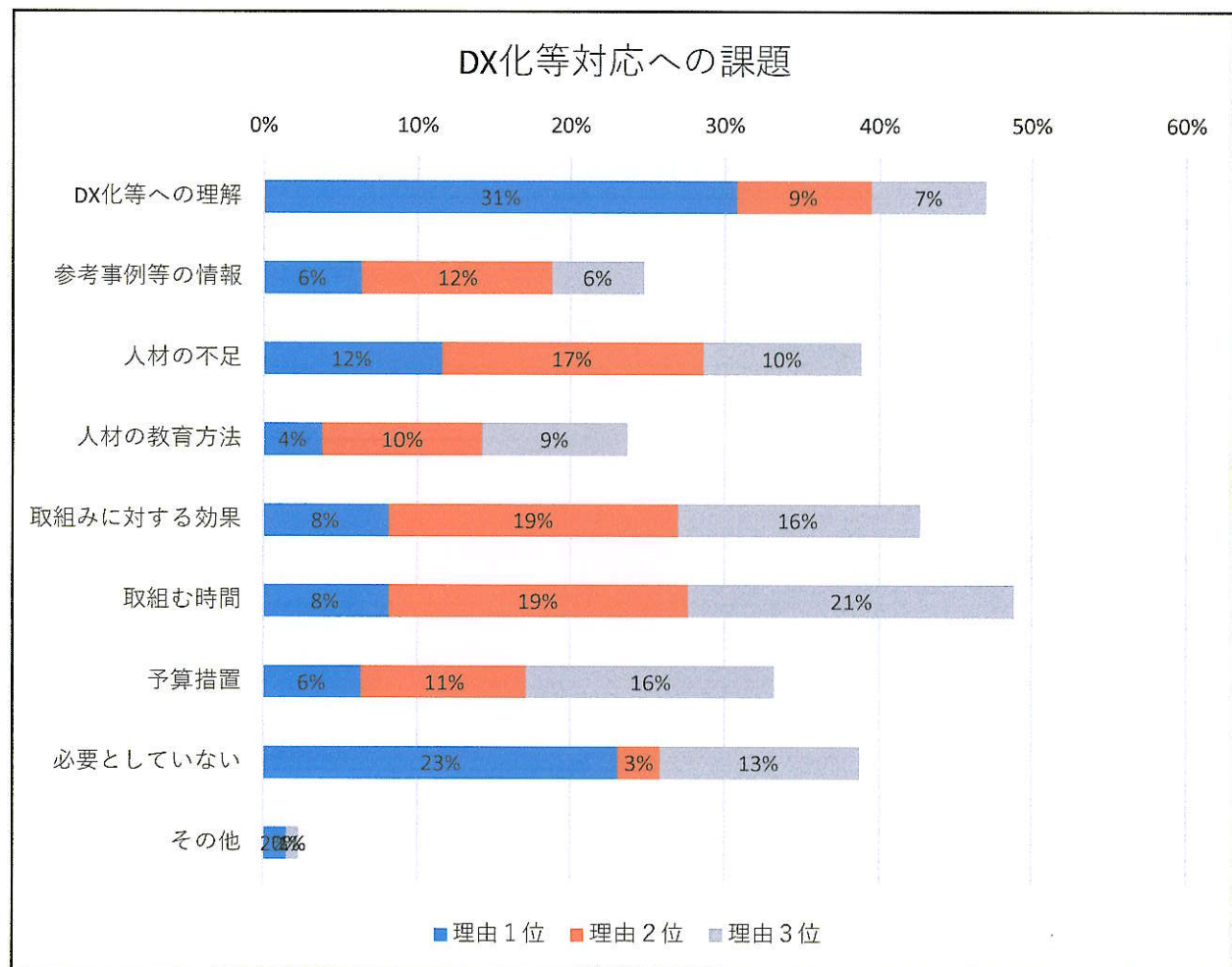
業種	取組んでいる		取組み方が不明		取組んでいない		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
製造業	13	43%	4	0.133	13	0.433	30	0.075
建設業	33	28%	28	23%	59	49%	120	30%
卸・小売業	31	39%	13	16%	36	45%	80	20%
飲食・宿泊業	3	8%	5	14%	28	78%	36	9%
サービス業	32	36%	14	16%	43	48%	89	22%
不動産業	2	25%	1	13%	5	63%	8	2%
運輸・倉庫業	9	64%	0	0%	5	36%	14	4%
情報・通信業	1	50%	0	0%	1	50%	2	1%
金融・保険業	2	100%	0	0%	0	0%	2	1%
その他	5	28%	4	22%	9	50%	18	5%
合計	131	33%	69	17%	199	50%	399	100%



DX化への取組み状況について

問8 DX化等についての課題について

業種	理由1位		理由2位		理由3位		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
DX化等への理解	120	31%	26	9%	19	7%	165	17%
参考事例等の情報	25	6%	37	12%	15	6%	77	8%
人材の不足	45	12%	51	17%	26	10%	122	13%
人材の教育方法	15	4%	31	10%	24	9%	70	7%
取組みに対する効果	32	8%	56	19%	40	16%	128	14%
取組む時間	32	8%	58	19%	54	21%	144	15%
予算措置	25	6%	32	11%	41	16%	98	10%
必要としていない	90	23%	8	3%	33	13%	131	14%
その他	6	2%	0	0%	2	1%	8	1%
合計	390	100%	299	100%	254	100%	943	100%



DX化への取組み状況について

問7 DX/デジタル化への取組み状況について

DX（デジタルトランスフォーメーション）やデジタル化の取組み状況について調査したところ、「取り組んでいる」が33%、「取り組み方が不明」が17%、「取り組んでいない」が50%と、半数以上の企業で取り組みが進んでいない状況が明らかになりました。

業種別に見ると、金融・保険業、運輸・倉庫業、情報・通信業ではDXの取り組みが進んでいる一方で、飲食・宿泊業では9割以上の企業が取り組めていないことがわかりました。

また、業種を問わず、人手不足や物価高騰といった課題が影響を及ぼしている中、DXやデジタル化を活用した生産性向上や業務効率化は利益確保の有効な手段と考えられます。そのため、経営陣が主体となり、積極的に推進を検討する必要があると思われます。

問8 DX化等についての課題について

DX（デジタルトランスフォーメーション）やデジタル化の取組みを行う上での課題については、以下の通りとなりました。

1. 全体

1位 取組む時間	48%
2位 DX化等への理解	47%
3位 取組みに対する効果	43%

1. 2順位別に見た分析

1位に選択された割合

DX化等への理解	31%
必要としていない	23%
人材の不足	12%

2位に選択された割合

取組みに対する効果	19%
取組む時間	19%
人材の不足	17%

3位に選択された割合

取組む時間	21%
取組みに対する効果	16%
予算措置	16%

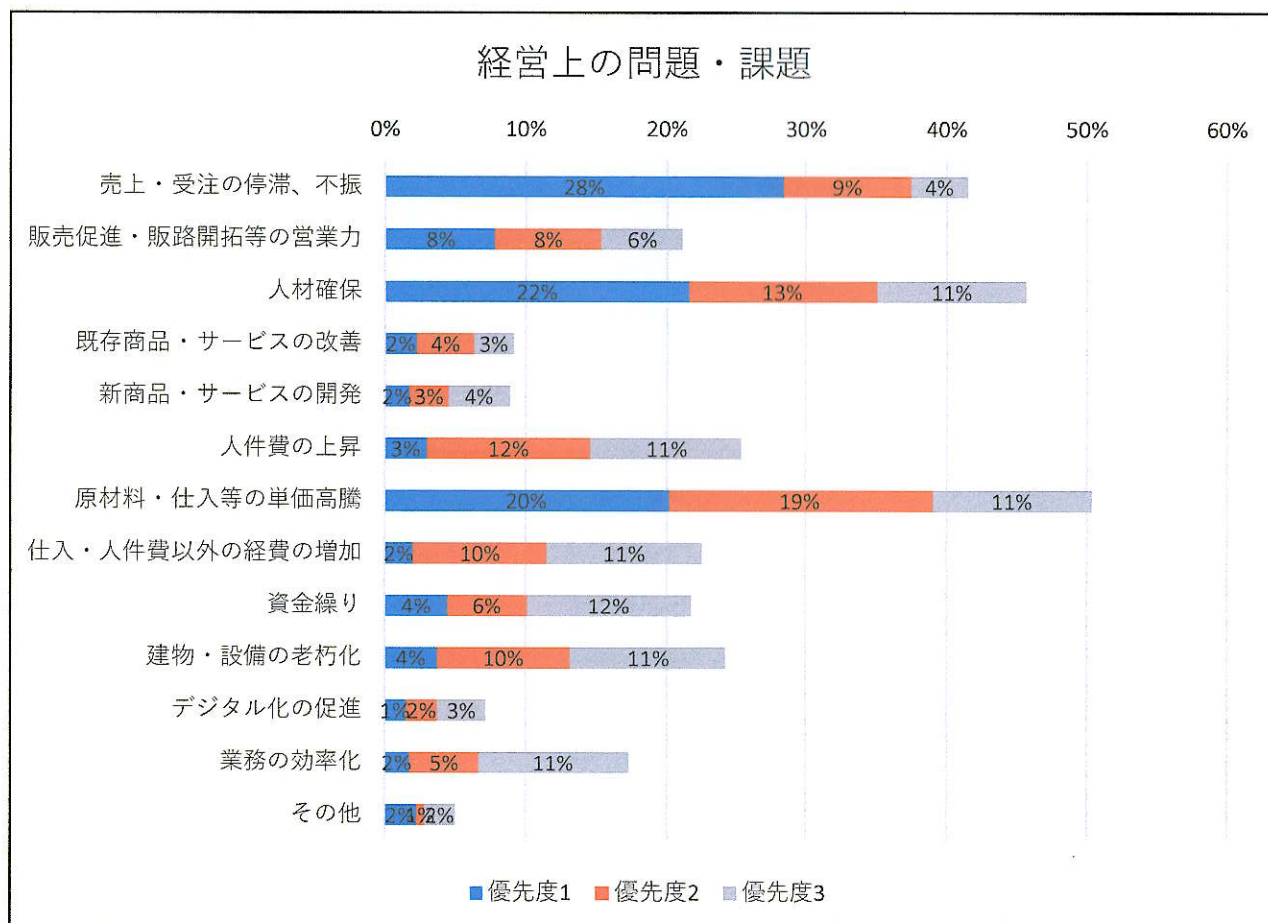
2. 考察

DX推進の課題として「取組む時間」「理解不足」「効果への懷疑」が挙げられ、特に時間不足（48%）と理解不足（47%）が深刻です。時間やリソース不足に加え、効果が不透明であるため、優先順位が下がりがちです。また、DXを「必要としていない」とする組織も一定数存在し、一律的な施策が通用しないことが示唆されます。これらの課題は相互に関連しており、まずはDXの重要性を浸透させる教育と啓発が鍵となります。さらに、成功事例を通じた効果の可視化や、時間・予算・人材の確保に向けた具体的な取り組みが必要です。業界や規模に応じた個別対応も重要で、全体最適化と部分最適化の両立が求められます。

経営上の問題・課題

問9 現在の経営上の問題・課題について

回答項目	優先度1位		優先度2位		優先度3位		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
売上・受注の停滞、不振	117	28%	33	9%	13	4%	163	15%
販売促進・販路開拓等の営業力	32	8%	28	8%	18	6%	78	7%
人材確保	89	22%	49	13%	34	11%	172	16%
既存商品・サービスの改善	9	2%	15	4%	9	3%	33	3%
新商品・サービスの開発	7	2%	10	3%	14	4%	31	3%
人件費の上昇	12	3%	43	12%	34	11%	89	8%
原材料・仕入等の単価高騰	83	20%	69	19%	36	11%	188	17%
仕入・人件費以外の経費の増加	8	2%	35	10%	35	11%	78	7%
資金繰り	18	4%	21	6%	37	12%	76	7%
建物・設備の老朽化	15	4%	35	10%	35	11%	85	8%
デジタル化の促進	6	1%	8	2%	11	3%	25	2%
業務の効率化	7	2%	18	5%	34	11%	59	5%
その他	9	2%	2	1%	7	2%	18	2%
合計	412	100%	366	100%	317	100%	1095	100%



問9 現在の経営上の問題・課題について

1.1 全体的な課題分布

現在の経営上の問題・課題については、以下の順位と割合となりました。

1位	原材料・仕入等の単価高騰	17%
2位	人材の確保	16%
3位	売上・受注の停滞、不振	15%

1.2 順位別（影響度）に見た分析

順位別に見た結果、以下のような順位と割合が示されました。

1位に選択された割合

売上・受注の停滞、不振	28%
人材確保	22%
原材料・仕入等の単価高騰	20%

2位に選択された割合

原材料・仕入等の単価高騰	19%
人材確保	13%
人件費の上昇	12%

3位に選択された割合

資金繰り	12%
経費関係（人件費、仕入、その他経費）	11%
人材確保	11%
建物・設備の老朽化	11%
業務の効率化	11%

1.3 デジタル化と業務効率化への認識

原材料高騰や人材確保が上位課題である一方で、デジタル化の促進は2%、業務の効率化は5%と低い認識度でした。これらが解決策として見落とされている可能性があります。経営陣はこれらの課題への適切なアプローチを検討すべきと考えられます。

2. 考察

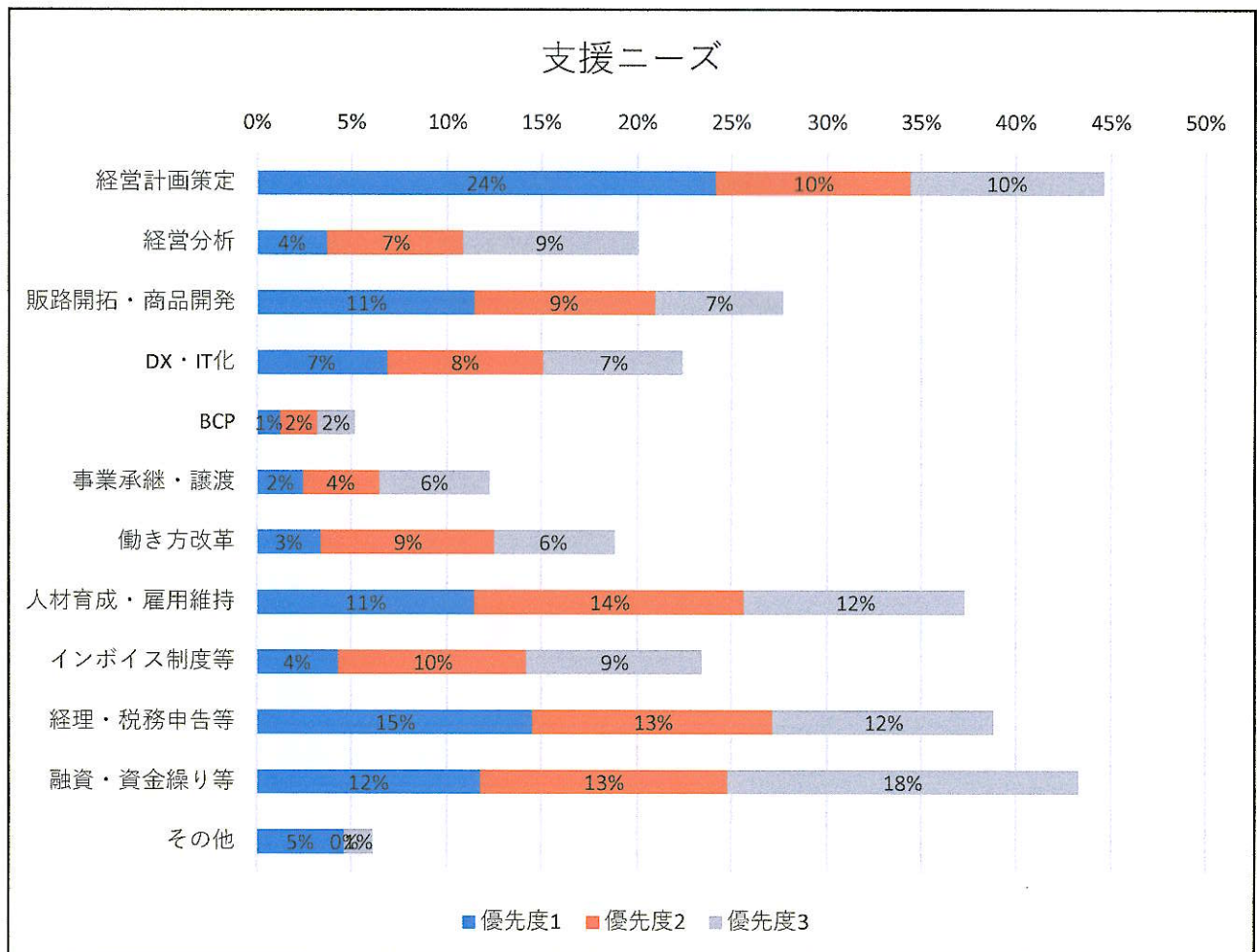
これらの結果から明らかなように、特に原材料・仕入等の単価高騰や人材確保に焦点が当てられています。しかしながら、デジタル化や業務効率化に対する認識が低いことが浮き彫りになりました。これらが十分に対応されていない場合、将来的な問題を引き起こす可能性があります。

DX・デジタル化や業務効率の改善が未対応であれば、経営陣はデジタル化を積極的に進め、業務プロセスを効率化する方法を模索をするほか、経営分析を通じて、内部プロセスの可視化を行い、潜在的な課題や改善点を把握しやすくすることが必要と考えられます。

支援ニーズについて

問10 支援機関に望む支援テーマ

回答項目	1位		2位		3位		合計	
	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率	回答数	回答率
経営計画策定	78	24%	26	10%	21	10%	125	16%
経営分析	12	4%	18	7%	19	9%	49	6%
販路開拓・商品開発	37	11%	24	9%	14	7%	75	10%
DX・IT化	22	7%	21	8%	15	7%	58	7%
BCP	4	1%	5	2%	4	2%	13	2%
事業承継・譲渡	8	2%	10	4%	12	6%	30	4%
働き方改革	11	3%	23	9%	13	6%	47	6%
人材育成・雇用維持	37	11%	36	14%	24	12%	97	12%
インボイス制度等	14	4%	25	10%	19	9%	58	7%
経理・税務申告等	47	15%	32	13%	24	12%	103	13%
融資・資金繰り等	38	12%	33	13%	38	18%	109	14%
その他	15	5%	0	0%	3	1%	18	2%
合計	323	100%	253	100%	206	100%	782	100%



問10 支援機関に望む支援テーマ

1.1 全体的な分布

支援機関に望むテーマについては、以下の順位と割合となりました。

1位	経営計画策定	16%
2位	融資・資金繰り等	14%
3位	経理・税務申告等	13%

1.2 順位別（優先度）に見た分析

順位別に見た結果、以下のような順位と割合が示されました。

1位に選択された割合

経営計画策定	24%
経理・税務申告等	15%
融資・資金繰り等	12%

2位に選択された割合

人材育成・雇用維持	14%
経理・税務申告等	13%
融資・資金繰り	13%

3位に選択された割合

融資・資金繰り	18%
人材育成・雇用維持	12%
経理・税務申告等	12%

2. 考察

従来からの支援メニューである、融資・資金繰りや経理・税務申告等に加え、経営発達支援事業の目的の1つである、経営計画の策定支援が全体の上位を占めており、商工会の必要性が示された結果となりました。

昨年度の調査結果と比較とすると、販路開拓・商品開発など売上の増加を目的とする取組みに対する支援よりも、融資・資金繰りや経理・税務申告などの経営の安定化目的とした支援ニーズが高まっており、経営環境の厳しさが増している状況が伺えます。