

2023春の500社企業訪問 実施結果について

令和5年4月3日から6月30日にかけて、商工観光労働部職員による企業訪問調査を実施した結果をまとめたもの。

(主な調査項目)

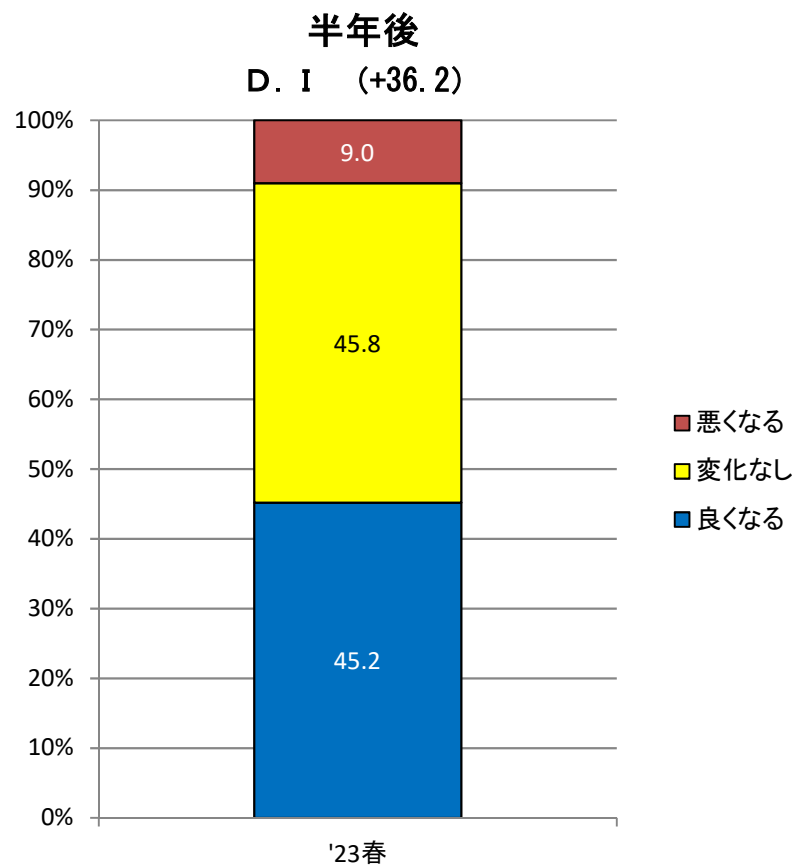
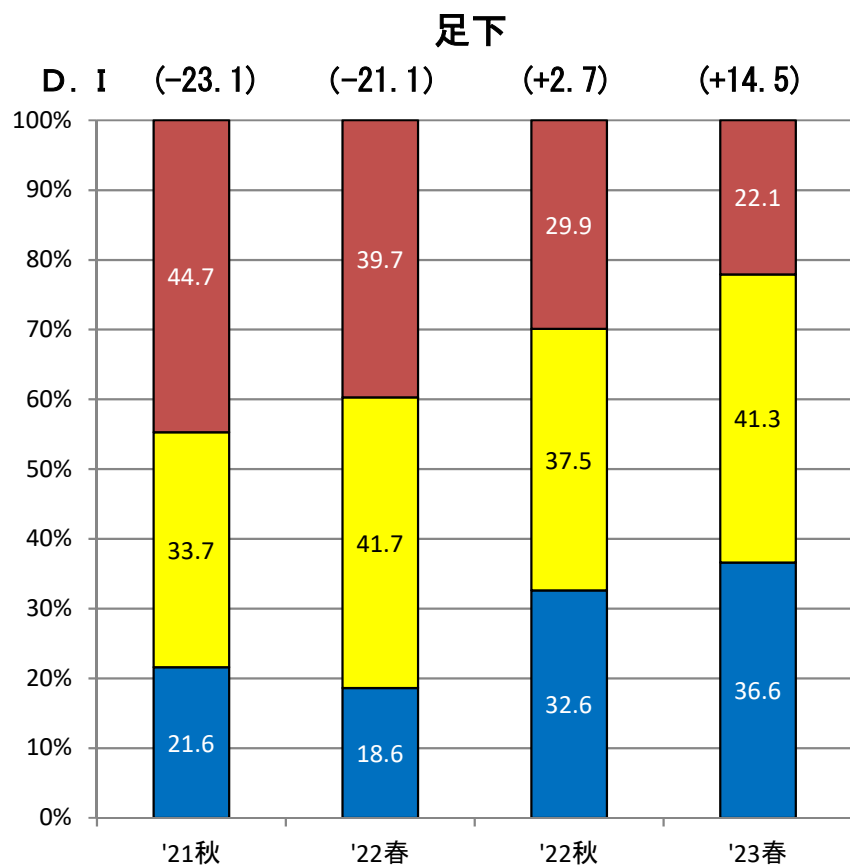
- ①足下及び半年後の景況感
- ②社会経済情勢の経営への影響
- ③影響への対応策
- ④利用した(検討中の)支援施策等
- ⑤DXの取組状況・取組内容について
- ⑥DX推進における課題について
- ⑦BCPまたは災害や感染症等の対応マニュアルの策定状況
- ⑧設備投資計画
- ⑨人材確保状況について
- ⑩賃上げの実施状況、賃上げに必要なことについて
- ⑪物価高・賃上げに伴う価格転嫁実施状況について
- ⑫働き方改革の取組
- ⑬事業承継
- ⑭経営上の課題

令和5年7月
商工観光労働部

1 足下及び半年後の景況感

① 全体（製造業＋非製造業）

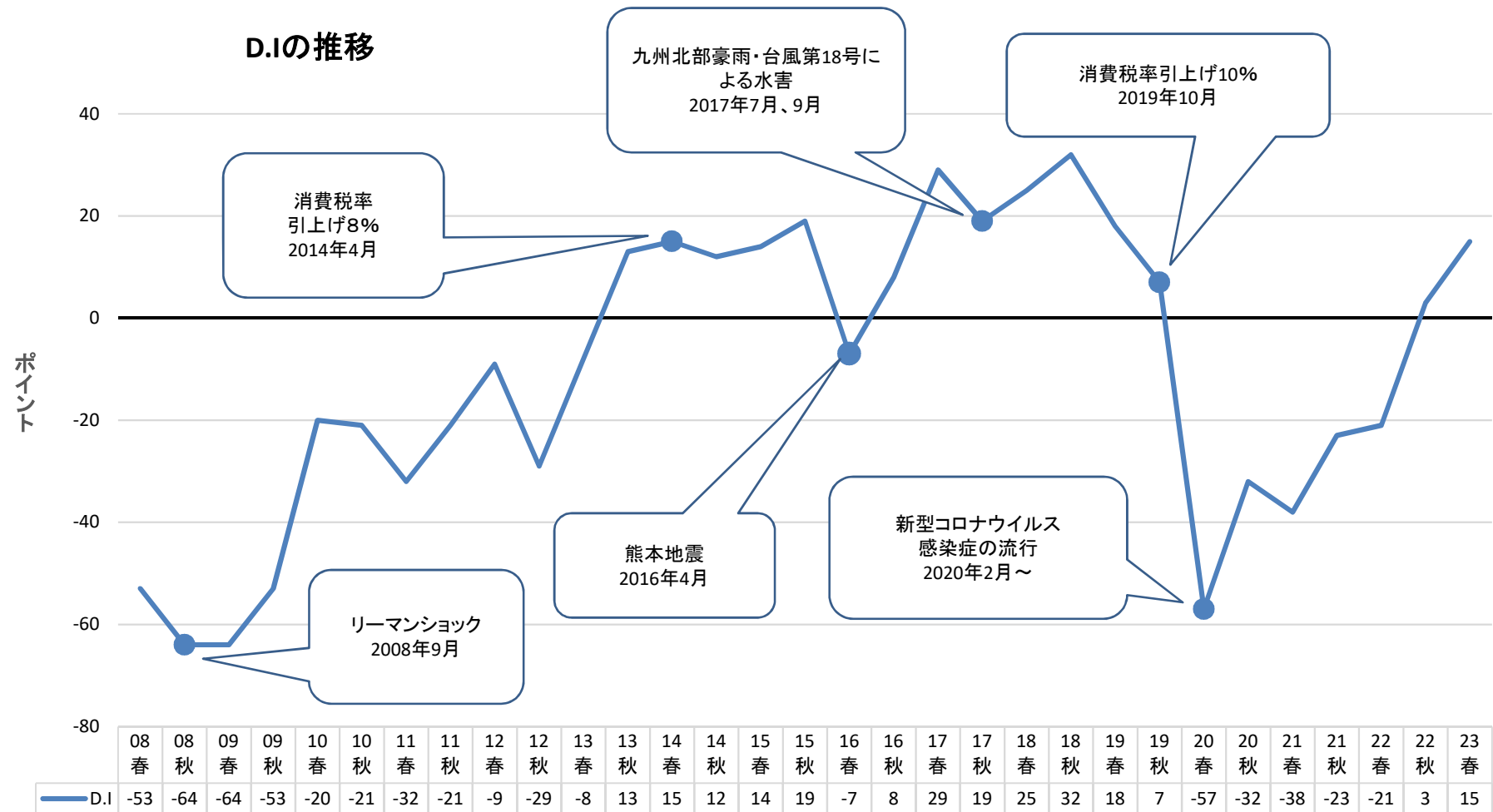
- ・訪問企業数は、540社(直接訪問499件、メール・電話26件、Web会議活用15件)
(製造業213社、非製造業276社、その他(各種団体)51件)
- ・全体の景況感は前回から更にプラスとなった。
- ・半年後の景況に関して、経済活動再開の動きがある一方で、原油・原材料価格高騰の影響が懸念されるとの声が多い。



※D.Iは、景況が「良い」と答えた企業の割合から、「悪い」の割合を引いた値。

② 景況感の推移

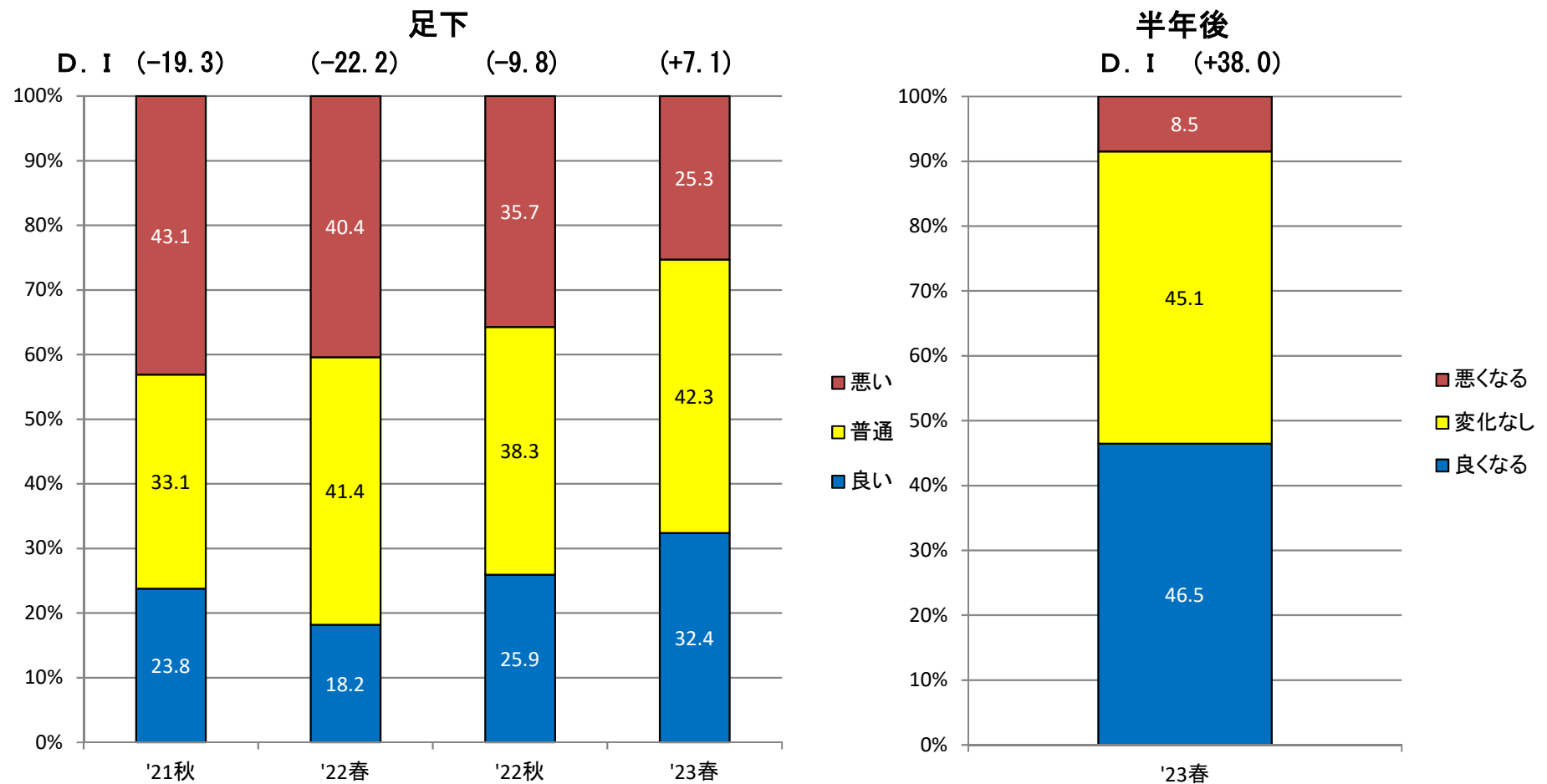
- ・ 業況判断指数（D. I）はプラス14.5ポイントとなり、2年連続のプラス。
- ・ 物価高騰等により厳しい状況が続いているが、各種支援策の効果等もあり回復の兆しが見られる。



※小数点以下は四捨五入

③ 製造業

- ・景況感は前回より改善し、プラスに転じた。
- ・業種別にみると「輸送機械(自動車等)」「食品加工」などでは回復した。
- ・半年後の景況感は+38.0ポイントと、足下からプラスに転じているが、コロナ禍からの回復が見込まれる一方、原油・原材料価格の高騰、円安の影響などで先が見通せない状況との声もある。



主な業種の傾向について(企業の声)

1 電気機械(半導体等) (13社)  D.I 28→46 半年後 12→33

景況感はプラス幅が拡大した。半年後も景況感が持続しているとの見通しが多い。

- 半導体業界が好調が続いている。
- 車載用半導体が好況である。
- 半導体装置部品の需要は大きい。
- 増収減益。トンネルのLED化の影響で売上は増えたが、原材料高騰の一部について価格転嫁ができておらず収益は減少。

2 輸送機械(自動車等) (32社)  D.I ▲26→3 半年後 9→47

景況感はプラスに転じた。コロナ禍や半導体不足の影響から回復している企業が多い。

- コロナ禍や半導体不足の影響はなくなっている。前年度と比べて売上は上がっている。
- どうにか今年度は戻りつつあるが、コロナ前の2018、19年と比べると8~9割くらい。
- 半導体不足による不安定な状態は変わっていない。去年ほど激しい波は来ないが、足かせは外れていない。
- 売上は増加しているが、原材料高騰の影響もあり利益は減少。

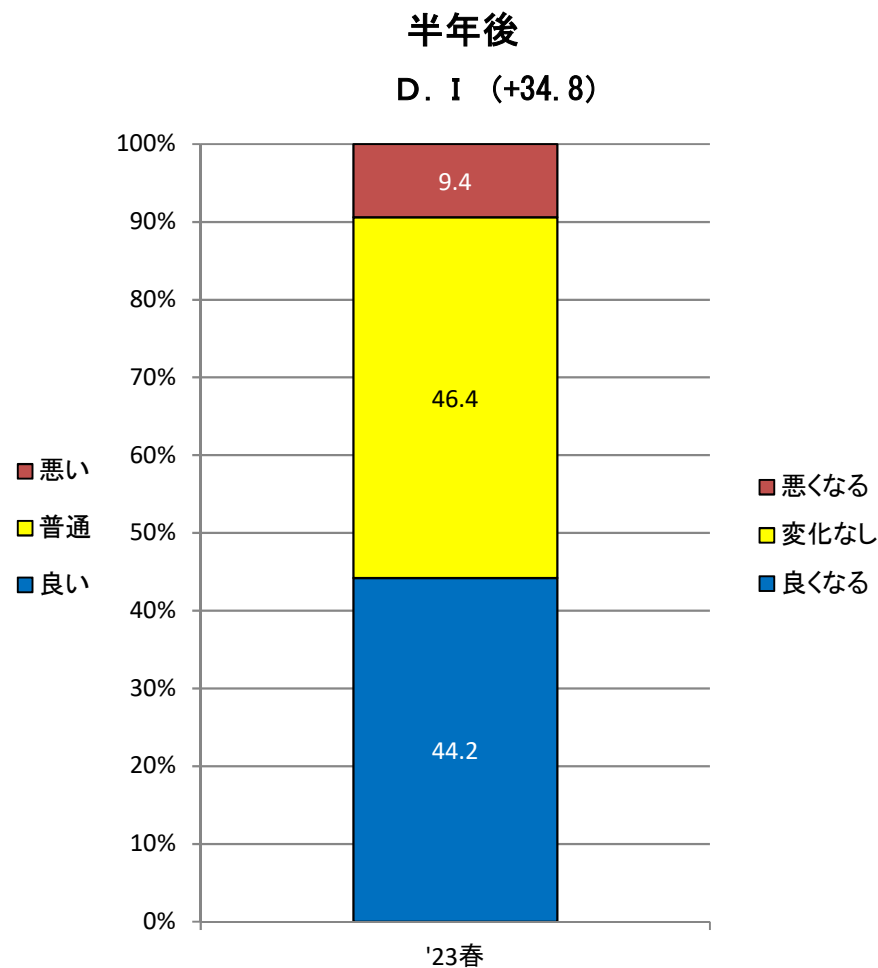
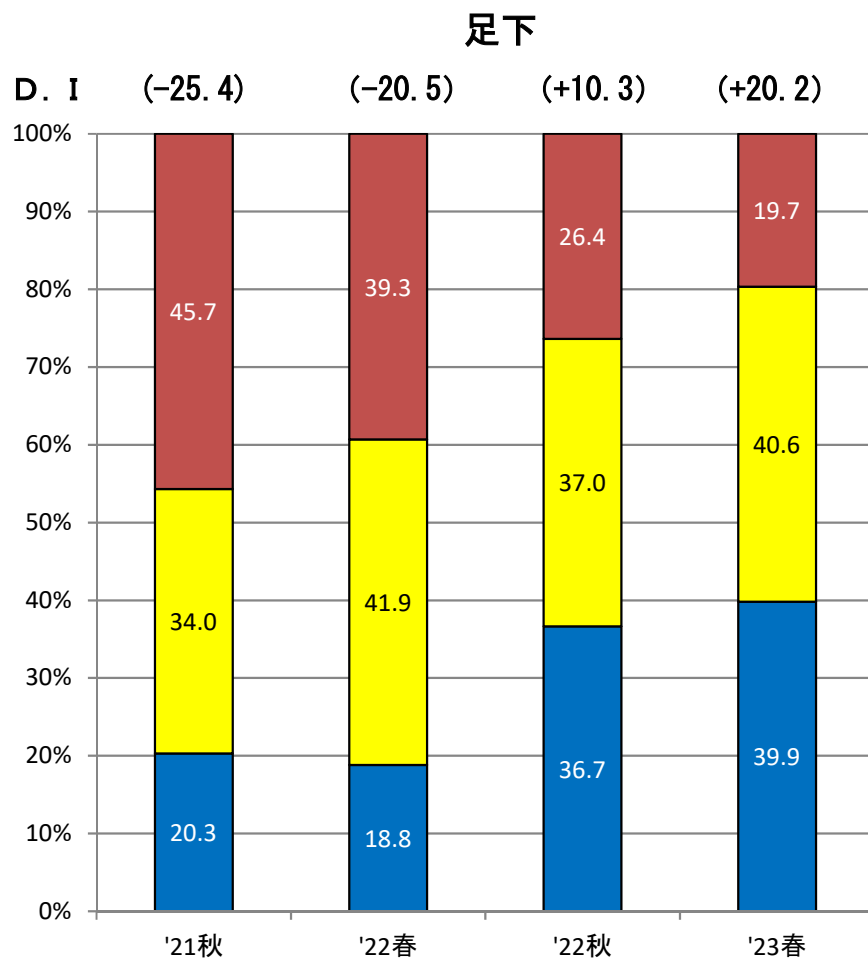
3 食品加工(51社)  D.I ▲36→▲4 半年後 28→55

景況感はマイナス幅が縮小した。エネルギー・原材料価格の高騰の影響を受けている企業が多い。


- 悪いから普通の間くらい。コロナの時よりは増。4年前の水準に戻りつつある。
- コロナ禍以前の水準まで売上が戻っている。
- コロナがようやく落ち着き外食産業が戻ってきた印象はある。
- 諸経費の値上がり痛み。輸送費も上がってしまった。
- 売上は変わっていない。利益は原材料価格高騰に伴い約1割減。

④ 非製造業

- ・景況感は前回より改善し、プラスに転じた。
- ・業種別にみると「卸・小売」「通信・情報」「飲食」などでは回復した。
- ・半年後の景況感は+34.8ポイントと、更なる回復を見込んでおり、コロナの5類移行により客足がさらに戻ってくる期待を 期待する一方、原材料価格の高騰などで先が見通せない状況との声もある。



主な業種の傾向について(企業の声)

1 通信・情報 (36社)  D.I 41 → 42 半年後 24 → 33

景況感はほぼ横ばい。物価高の影響は受けていないとの声がある。

- コロナ自粛明けで景気(売上)は上がっているものの、とくに電気代高騰により収益は減少。
- コロナはIT企業にとっては仕事が増えた。
- コロナ禍で会議がリモートになり、ビジネススピードが加速した。
- コロナ等の影響は受けていない。

2 卸・小売 (41社)  D.I ▲4 → 12 半年後 6 → 20

景況感はプラスに転じた。地域や取扱商品、業態でばらつきがある。

- コロナの影響による巣ごもり需要で家庭内消費が好調。
- 物価上昇等の価格転嫁により売上自体は上がっているが、電気代やガソリン代の高騰などコストの上昇もあり利益の伸びはほとんどない。
- コロナ前までは戻っていないものの、2020～2021年度に比べるとかなり戻ってきている。
- 近隣に業務スーパー、ドラッグストア等の出店があり、カテゴリーキラーの影響を受けている。

3 飲食 (19社)  D.I ▲13 → ▲5 半年後 8 → 32

景況感はマイナス幅が縮小した。少しずつ回復してきているが、原材料高騰の影響を受けている企業も多い。

- 売上は前年比110%。単価引上げの影響もあり、売上額はコロナ前よりも増加した。
- コロナ前に比べて8割方は戻った。値上げして売上は増えたがコスト増により利益につながらない。
- 売り上げはコロナ前まで戻っているが、電気代や原材料費の高騰により利益幅が少なくなっている。
- 売上は戻ってきているが、コロナ前に比べると利益は下がっている。全体的に物価も高騰しており、事業所経営には大きな影響あり。

主な業種の傾向について(企業の声)

4 宿泊(63社)



D.I 50→48

半年後 21→48

景況感はほぼ横ばい。全国旅行支援やインバウンド回復の恩恵を受けている企業が多い。

- インバウンド(福岡空港経由で大分県に入ってくるタイ、韓国、香港からの旅行者が中心)が戻ってきて宿泊客が増えている。
- GWはコロナ前と同等程度に戻り、ほぼ満室だった。宴会部門が持ち直してきているが、婚礼は昨年より少ない。
- 旅割のおかげで予約は埋まっているが、旅割終了後が不安。
- 宿泊だけでなく宴席が大きな収入源になっているが、コロナ禍の影響で冠婚葬祭が減少している。

5 運輸(13社)



D.I ▲11→23

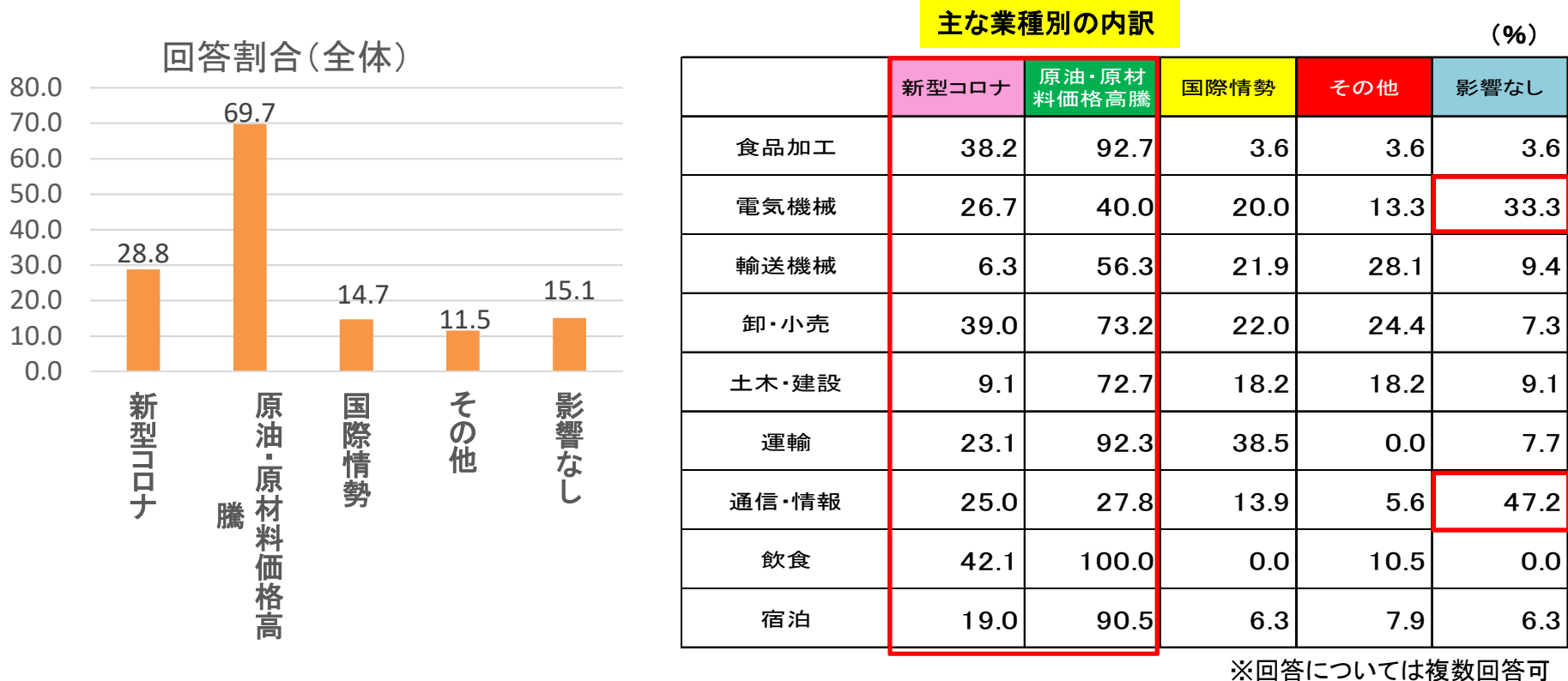
半年後 ▲11→38

景況感はプラスに転じた。コロナ禍からの回復や、価格転嫁が進んでいるとの声がある。

- コロナ禍から回復基調である。
- 運輸部門も燃油価格の高騰により業界の価格転嫁が進んでおり、各社が運送料を見直しているの、乗り換えにより、離れる顧客もいるが、新規顧客も獲得できている。
- バス事業については、右肩上がりとなっているがコロナウイルス前までには戻っていない。
- 原油高の影響と、荷主の輸出量の減少に伴う売上減。

2 社会経済情勢の経営への影響

- ・最も多かった回答は、原油・原材料価格高騰の69.7%。次いで、新型コロナの28.8%。
- ・業種別に見ても、原油・原材料価格高騰と新型コロナの影響を受けている事業者が多く、「飲食」に関しては原油・原材料価格高騰の影響を受けている割合が100%となった。
- ・影響なしの回答は全体で15.1%であり、業種別では「電気機械」「通信・情報」で多かった。

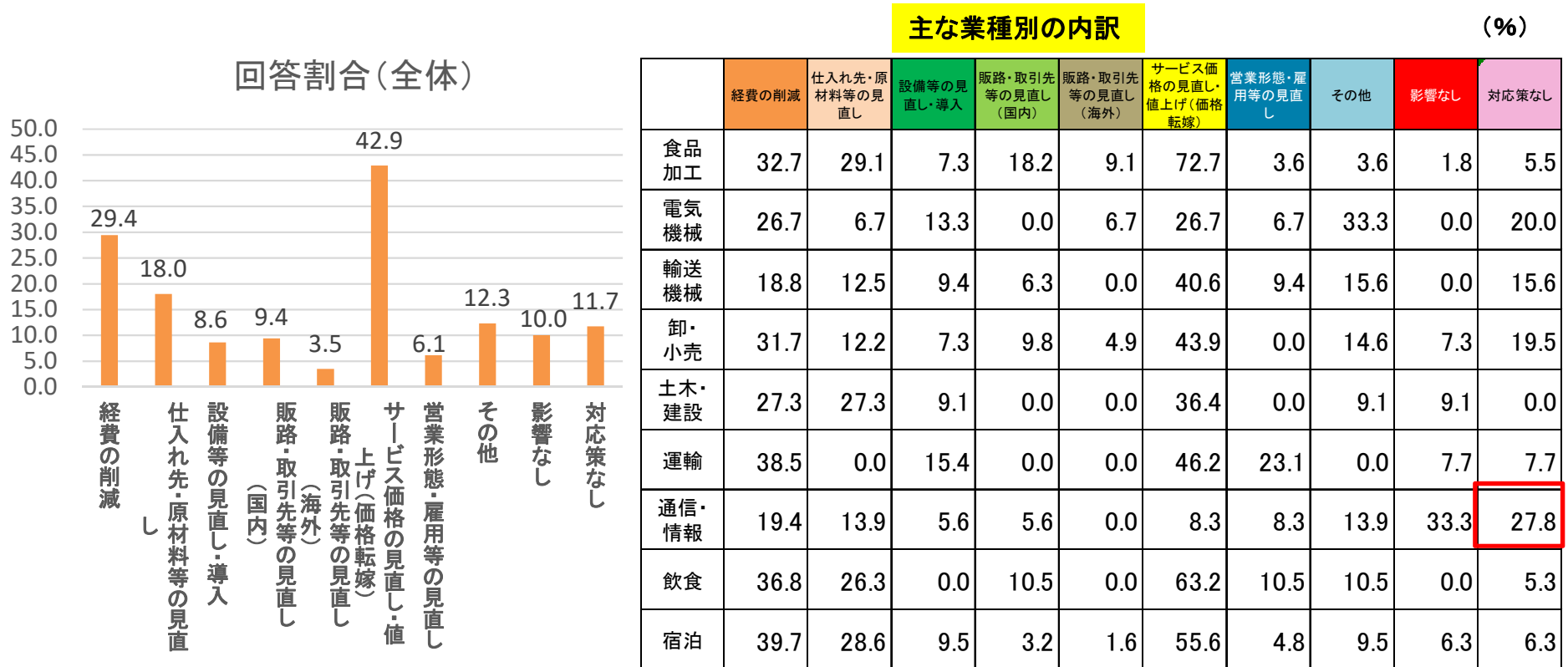


(企業の声)

- ・一番の影響は、原材料高による食材費の高騰。(宿泊)
- ・原材料や包材、輸送量が高くなった。今後続くとなると経営が厳しくなる懸念がある。(食品加工)
- ・半導体不足で設備機器が不足している。(電気機械)
- ・円安の影響などから、旅行依頼が減ってきている。(対個人サービス)
- ・メーカー側から送料の有料化、作業工賃の請求があり、経営に影響を与えている。(卸・小売)

3 影響への対応策

- ・最も多かった回答は、サービス価格の見直し・値上げ(価格転嫁)の42.9%。次いで経費の削減の29.4%。
- ・「食品加工」「土木・建設」「宿泊」などでは、仕入れ先・原材料等の見直しを行っているとの回答も多かった。
- ・対応策なしの回答は全体で11.7%であり、業種別では「通信・情報」が27.8%と一番高かった。



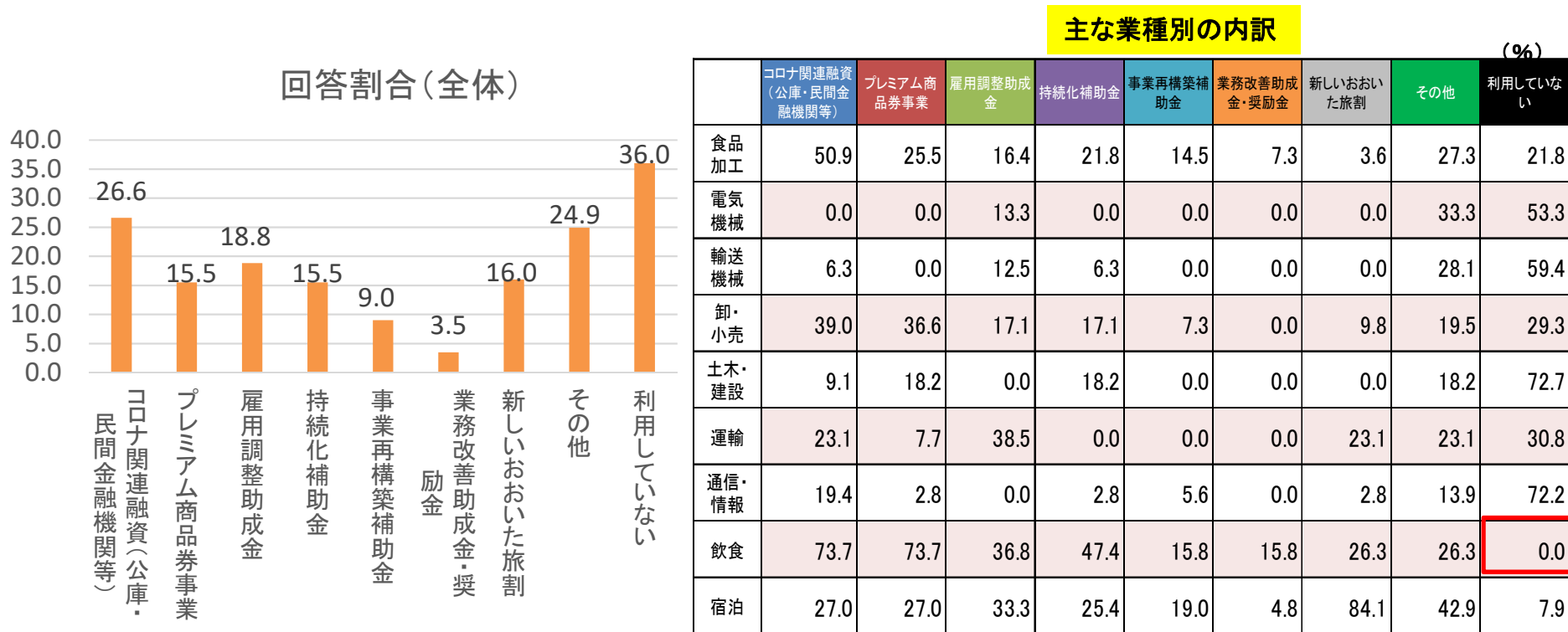
※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・旅行需要の回復に伴い、宿泊料金を上げた。(宿泊)
- ・ピーク時の電力使用量を減らすといった工夫をしている。(卸・小売)
- ・装置の改善を行い、稼働率をあげ経費を削減できるよう活動している。(電気機械)
- ・仕入れ先については、各メーカー全社の対応をしているので見直しはできない。(土木・建設)
- ・仕入れ先の増加や在宅ワーク効率化アップに向け社内体制の見直しが必要。(通信・情報)

4 利用した(検討中の)支援施策等

- ・利用した(検討中の)支援施策では、「コロナ融資」「雇用調整助成金」「新しいおおいた旅割」「プレミアム商品券」「持続化補助金」の順となり、幅広い業種において活用されている。
- ・「飲食」は「利用していない」の回答が0%であり、各種支援施策を幅広く活用している。
- ・その他の回答は、経営革新加速化支援事業補助金、ものづくり補助金等があった。



※回答については複数回答可

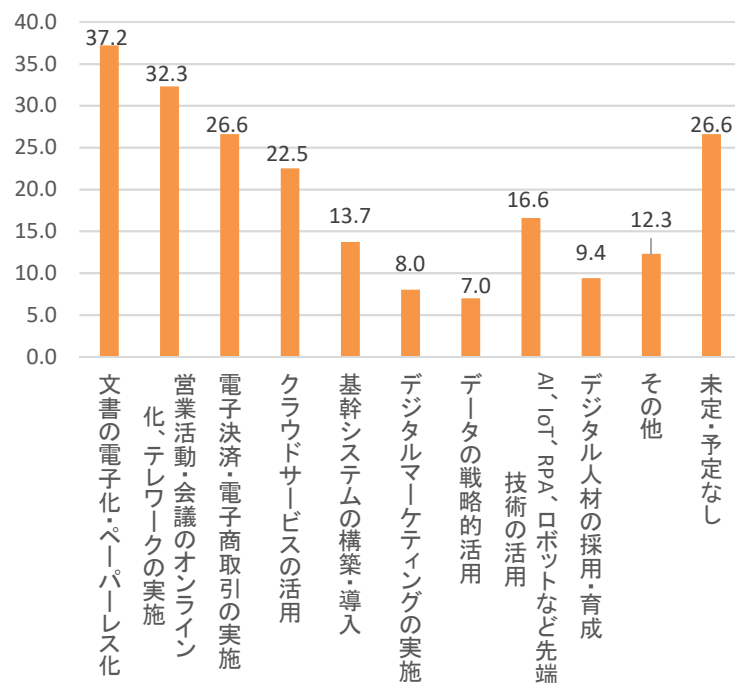
(企業の声)

- ・プレミアム商品券はそこそこ利用してもらえた。(卸・小売)
- ・持続化補助金を活用し、海外輸出に向けて、衛生対策のため設備投資を行った。(食品加工)
- ・雇用調整助成金で休業の調整を行った。(食品加工)
- ・旅割は宿泊客みんな使っているが、まだ余りがある状況。(宿泊)

5 DXの取組状況・取組内容について

- ・「既に取り組んでいる」「今後取組予定」と答えた企業は約7割となっている。
- ・「文書の電子化」「会議等のオンライン化・テレワーク」については、3割以上が取り組んでおり、「情報・通信」では6割以上となっている。
- ・「未定・予定なし」の割合は26.6%であり、「輸送機械」「運輸」等で多くなっている。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

	文書の電子化・ペーパーレス化	営業活動・会議のオンライン化、テレワークの実施	電子決済・電子商取引の実施	クラウドサービスの活用	基幹システムの構築・導入	デジタルマーケティングの実施	データの戦略的活用	AI、IoT、RPA、ロボットなど先端技術の活用	デジタル人材の採用・育成	その他	未定・予定なし
食品加工	23.6	27.3	18.2	12.7	16.4	9.1	3.6	14.5	1.8	12.7	34.5
電気機械	33.3	40.0	20.0	33.3	26.7	6.7	20.0	53.3	26.7	13.3	6.7
輸送機械	28.1	31.3	3.1	9.4	12.5	0.0	0.0	34.4	6.3	18.8	43.8
卸・小売	34.1	34.1	46.3	14.6	7.3	19.5	9.8	9.8	4.9	4.9	29.3
土木・建設	45.5	36.4	27.3	18.2	18.2	0.0	9.1	36.4	27.3	9.1	27.3
運輸	61.5	38.5	23.1	38.5	30.8	15.4	15.4	53.8	30.8	7.7	38.5
通信・情報	69.4	66.7	36.1	52.8	22.2	22.2	22.2	30.6	36.1	13.9	5.6
飲食	5.3	10.5	36.8	10.5	10.5	0.0	10.5	5.3	0.0	15.8	36.8
宿泊	39.7	12.7	58.7	23.8	6.3	3.2	4.8	6.3	1.6	15.9	15.9

※回答については複数回答可

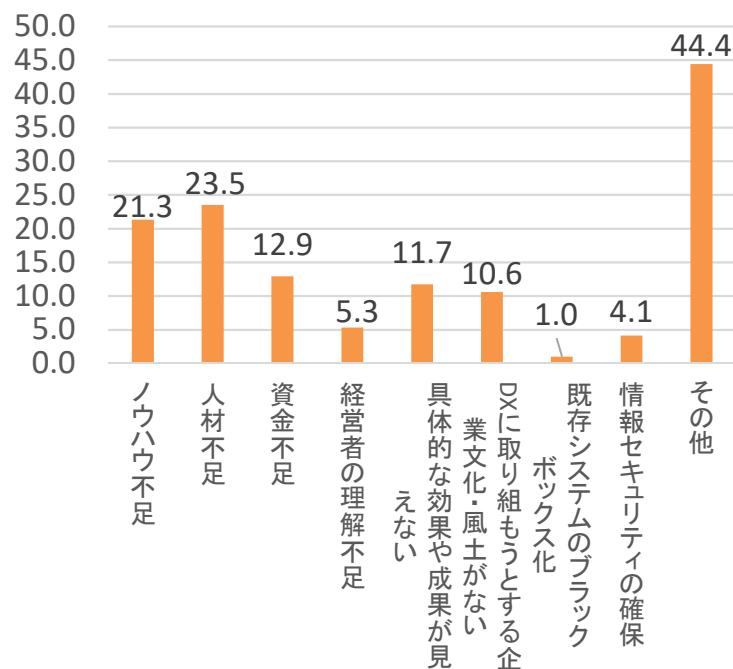
(企業の声)

- ・県外の会議は全てオンラインで行うように変更し、経費削減にも繋がっている。(通信・情報)
- ・生産性向上のため、基幹システムの改修を行い始めた。(食品加工)
- ・キャッシュレス決済やインスタグラムのDMを利用して予約の受付をしている。(宿泊)
- ・生産で精一杯でDXに取り組む余裕がない。(輸送機械(自動車))

6 DX推進における課題について

- ・もっとも多かった回答は「その他」44.4%、次いで「人材不足」23.5%、「ノウハウ不足」21.3%となっている。
- ・DXの取組について「未定・予定なし」の割合が多かった「輸送機械」「運輸」では、「ノウハウ不足」「人材不足」がDX推進の課題となっている。
- ・「その他」と回答した企業からは、「DXの課題がない」「DX化が難しい」との回答が多く見受けられた。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

	ノウハウ不足	人材不足	資金不足	経営者の理解不足	具体的な効果や成果が見えない	DXに取り組もうとする企業文化・風土がない	既存システムのブラックボックス化	情報セキュリティの確保	その他
食品加工	30.9	30.9	27.3	5.5	9.1	10.9	1.8	3.6	36.4
電気機械	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	86.7
輸送機械	34.4	46.9	3.1	6.3	3.1	9.4	0.0	0.0	53.1
卸・小売	19.5	22.0	7.3	12.2	19.5	7.3	0.0	2.4	41.5
土木・建設	36.4	36.4	0.0	9.1	0.0	27.3	0.0	0.0	54.5
運輸	30.8	46.2	7.7	7.7	15.4	7.7	0.0	7.7	30.8
通信・情報	5.6	16.7	5.6	2.8	0.0	8.3	0.0	5.6	66.7
飲食	10.5	26.3	5.3	15.8	15.8	15.8	0.0	5.3	36.8
宿泊	14.3	6.3	12.7	3.2	30.2	11.1	0.0	1.6	46.0

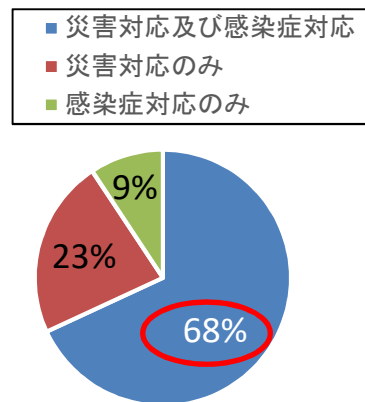
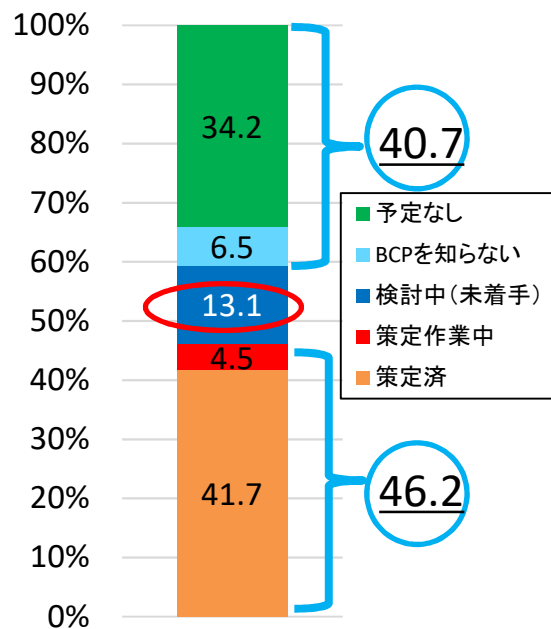
※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・DXを推進するサービスを事業としているので、課題感はありませんが、取引先からは、決定権を持った層の理解不足という意見を多く聞く。(情報・通信)
- ・生産については、個別受注が多いので自動化は難しい。(電気機械)
- ・補助金を使って取り組むにしても、自己資金も必要になるため資金繰りが課題となる。(食品加工)
- ・DXに専業で取り組めるような人材を確保できない。(卸・小売)

7 BCPまたは災害や感染症等の対応マニュアルの策定状況

- ・46.2%の企業が、「策定済」「策定作業中」であり、特に「電気機械」「土木・建設」「運輸」が多い。
- ・13.1%の企業が未着手ながらも策定を検討中である。
- ・BCPについて「知らない・予定なし」の回答が4割程度あり、特に「食品加工」「卸・小売」「飲食」「宿泊」が多い。
引き続き策定の重要性の周知が必要である。
- ・「策定済」「策定作業中」の企業のうち、災害及び感染症に対応したBCPを策定している企業は、68%。
- ・自然災害および新型コロナウイルス感染症の「複合災害」に対応したBCPの策定が求められる。



主な業種別の内訳 (%)

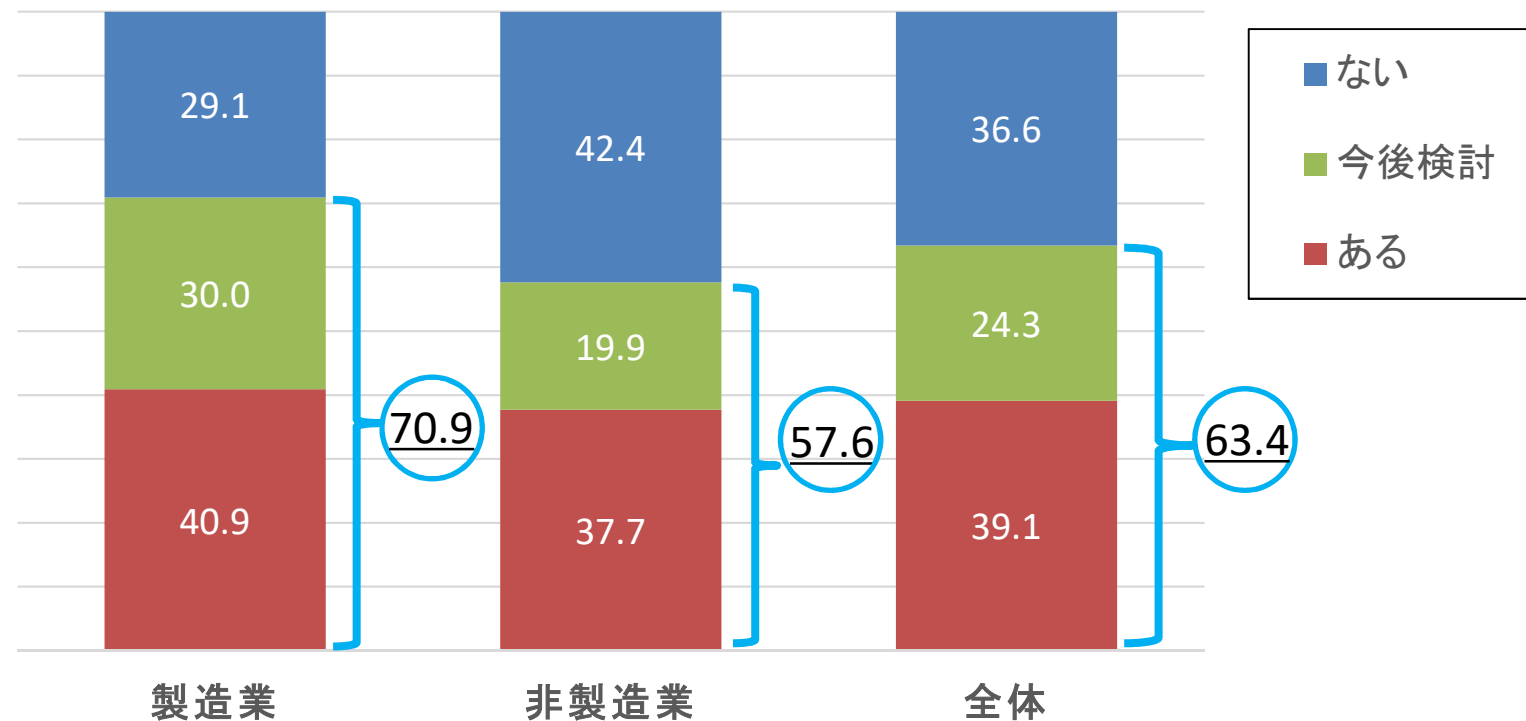
	策定済	策定作業中	検討中(未着手)	BCPを知らない	予定なし
食品加工	25.5	10.9	14.5	16.4	32.7
電気機械	73.3	6.7	20.0	0.0	0.0
輸送機械	65.6	3.1	12.5	0.0	18.8
卸・小売	36.6	0.0	14.6	12.2	36.6
土木・建設	72.7	9.1	9.1	9.1	0.0
運輸	76.9	15.4	0.0	0.0	7.7
通信・情報	52.8	0.0	16.7	0.0	30.5
飲食	15.8	0.0	10.5	42.1	31.6
宿泊	28.5	1.6	1.6	3.2	65.1

(企業の声)

- ・主力製品の無線を用いた災害対策システムを使用している。(電気機械)
- ・会社単独では精緻なBCPを策定できるノウハウが無かったので、専門家が入って策定した。(土木・建設)
- ・浸水が想定されるので、それに対応したBCPを県に相談して策定済。(運輸)
- ・現場主義なので、マニュアル等の作成はしない方針。(宿泊)

8 設備投資計画の有無

- ・「ある」「今後検討」と回答した企業は63.4%(前回58.2%)と伸びている。
- ・特に非製造業は57.6%(前回51.6%)と伸びており、コロナ後の反転攻勢に向けた積極的な投資の傾向がみられる。

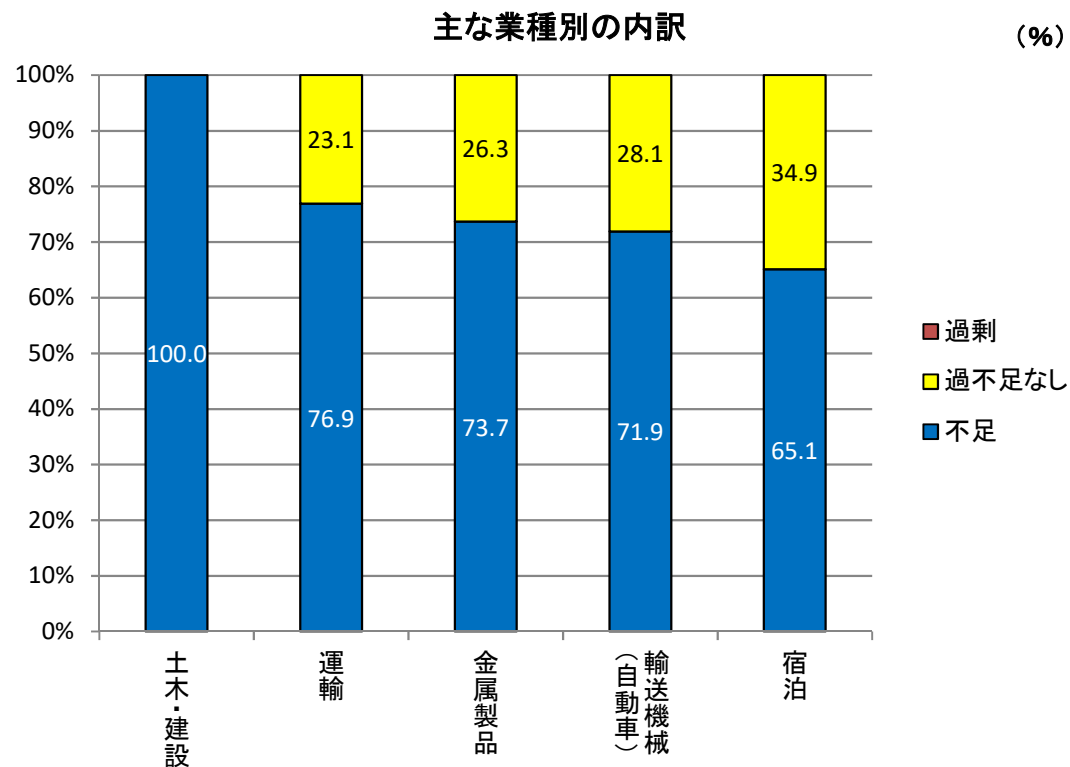
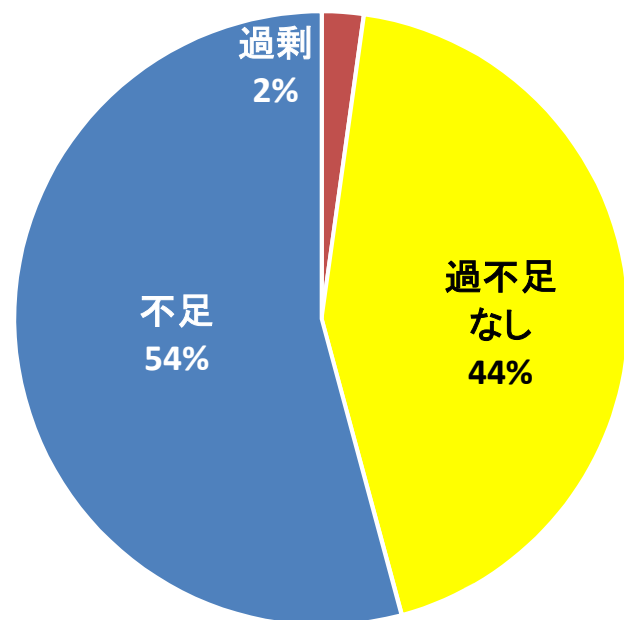


(企業の声)

- ・資材高騰により、社屋新設に影響が出ている。(医療医薬品)
- ・顧客からの注文を製造に送るまでの手続きをシステム化する予定。(その他)
- ・慢性的な人員不足のため、省人化できるような設備をゆくゆくは入れたい。(金属製品)
- ・建物が古くなっているため、一部改装を行っており、今後も一部改装予定である。(卸・小売)
- ・自動チェックイン機・客室ロボットの導入を検討しているが、予算がない。(宿泊)

9 人材確保状況について

- ・54%の企業が「人材不足」と回答し、「過不足なし」は44%、「過剰」については全体の2%であった。
- ・人材不足と答えた割合が多い業種をみると、「土木・建設」ではすべての企業が「人材不足」と答え、業界全体で深刻な人手不足の状態となっている。
- ・他にも「運輸」「金属製品」「輸送機械(自動車)」では7割以上が「人材不足」と回答した。



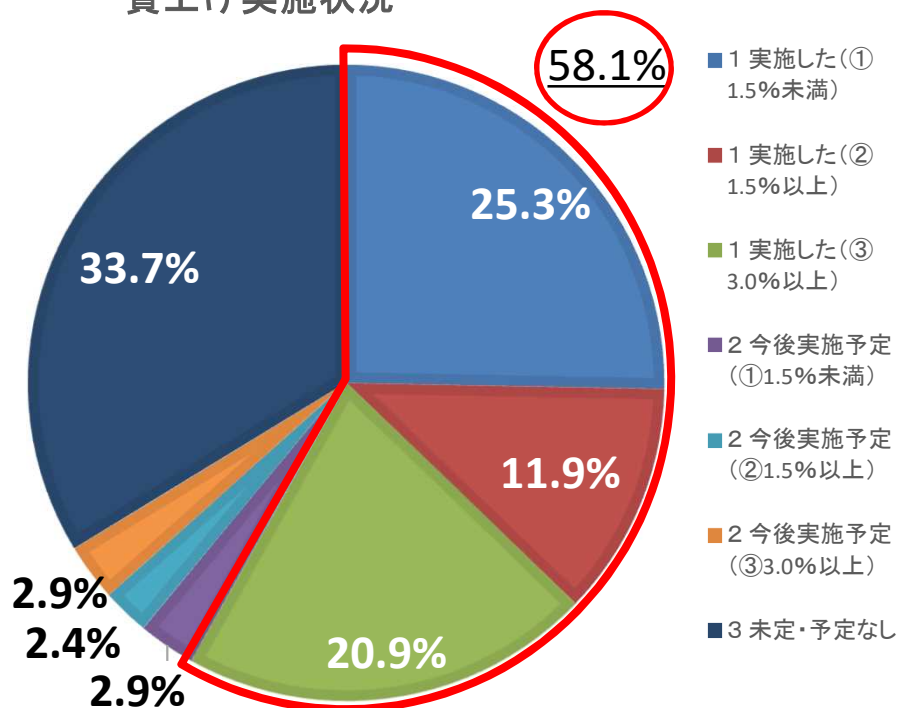
(企業の声)

- ・苦勞して採用しても辞めてしまうスタッフも多いため、補充が追いつかない。(土木・建設)
- ・熊本をはじめ賃金の高いところに人が流れているように感じる。(輸送機械(自動車))
- ・人員数に合わせ、受注の調整が可能のため。(通信・情報)
- ・需要減少でラインが動いていない日もあり現場では余剰人員が発生。営業は不足しており、常務が実質1人で営業に回っている(窯業・土石)

10 賃上げの実施状況、賃上げに必要なことについて

- ・賃上げを「実施済」と回答した割合は58.1%であり、うち、半数以上の企業で賃上げが実施されている状況。
- ・「実施済」に加え、「今後実施予定」まで合わせると、割合は66.3%となる。
- ・賃上げに必要なことでは、「価格転嫁」41.1%、「その他」36.2%、「コスト削減・業務効率化」25.4%の順となる。
- ・「食品加工」「運輸」では「価格転嫁」と回答した割合が高く、物価高騰の影響を大きく受けていることが窺える。

賃上げ実施状況



主な業種別の内訳

	価格転嫁	設備投資	従業員教育	新商品・サービス開発	コスト削減・業務効率化	年収の壁対策	その他
食品加工	69.1	3.6	14.5	18.2	34.5	1.8	18.2
電気機械	13.3	0.0	0.0	0.0	26.7	0.0	73.3
輸送機械	34.4	3.1	6.3	3.1	31.3	3.1	43.8
卸・小売	36.6	4.9	9.8	24.4	31.7	4.9	39.0
土木・建設	27.3	36.4	27.3	9.1	18.2	9.1	18.2
運輸	69.2	15.4	15.4	15.4	38.5	0.0	30.8
通信・情報	30.6	0.0	11.1	38.9	16.7	0.0	33.3
飲食	26.3	0.0	15.8	10.5	31.6	0.0	26.3
宿泊	52.4	25.4	19.0	12.7	19.0	0.0	31.7

※回答については複数回答可

(企業の声)

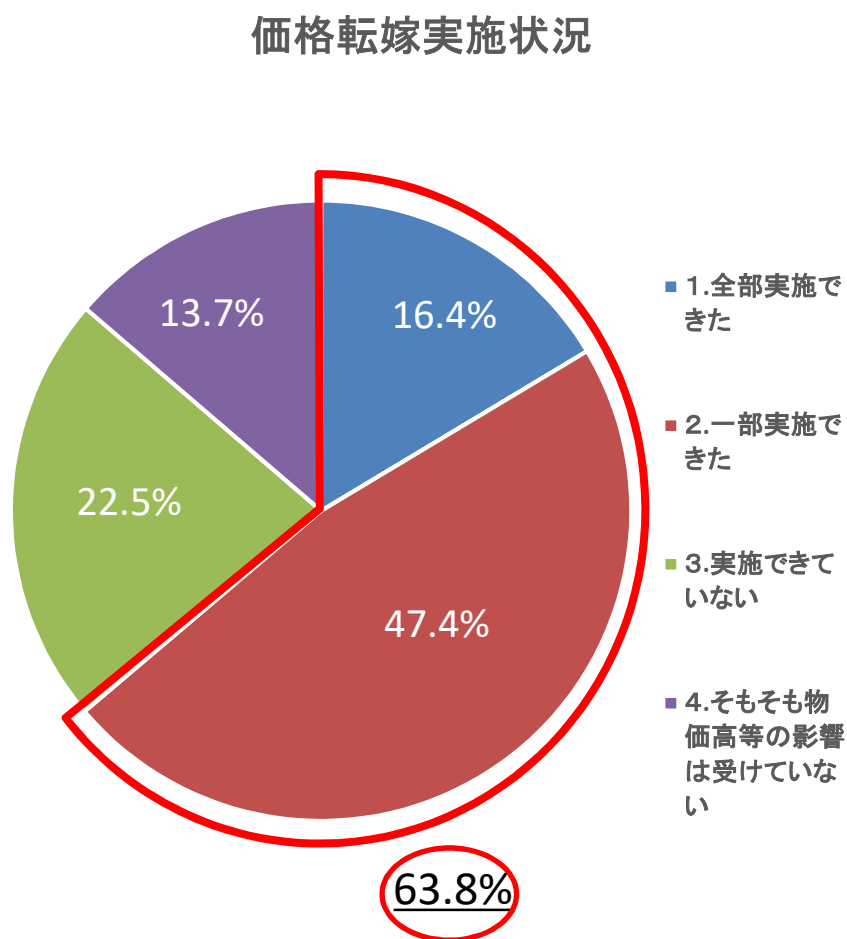
- ・商品の価格転嫁を実施し売上がアップした分給与に反映。物価手当として賃上げを実施。(食品加工)
- ・商売が厳しい環境の中では、コスト削減と中期的な売上を作る新製品の開発が必要。(電気機械)
- ・売上の回復が条件。現在は、閑散時間は早期退勤を進めるなど、人件費を切り詰めている状況。(宿泊)
- ・原油価格高騰などに関しては一部価格転嫁をしている。取引先に対して県外からの攻勢もあるため事業者との交渉が難しい。(卸・小売)

11 物価高・賃上げに伴う価格転嫁実施状況

- ・最も多かった回答は「一部実施できた」の47.4%、次いで「実施できていない」の22.5%となっており、価格転嫁の実施が進んでいる一方、全部を実施するまでには至っていない企業が多いことがわかった。
- ・業種別にみると「土木・建設」では価格転嫁が比較的進んでおり、「食品加工」「輸送機械」「運輸」でも「一部実施できた」と回答した割合が高く、少しずつ進んできている。

主な業種別の内訳

(%)

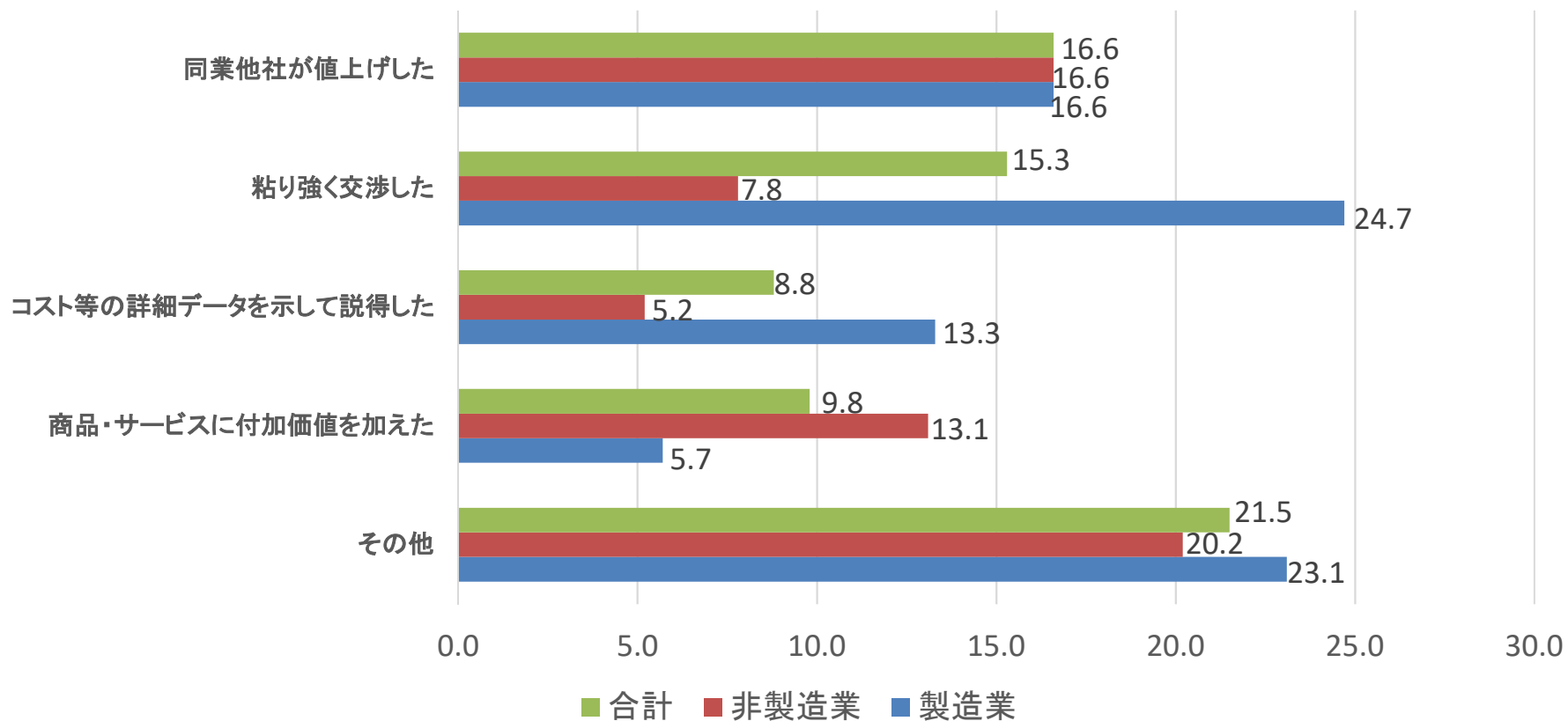


	1. 全部実施できた	2. 一部実施できた	3. 実施できていない	4. そもそも物価高等の影響を受けていない
食品加工	21.8	69.1	7.3	1.8
電気機械	0.0	40.0	26.7	33.3
輸送機械	9.4	65.6	21.9	3.1
卸・小売	17.1	39.0	26.8	17.1
土木・建設	36.4	45.4	9.1	9.1
運輸	0.0	69.2	30.8	0.0
通信・情報	13.9	13.9	27.8	44.4
飲食	26.3	57.9	15.8	0.0
宿泊	25.4	47.6	23.8	3.2

①価格転嫁できた理由

価格転嫁できた理由

(%)

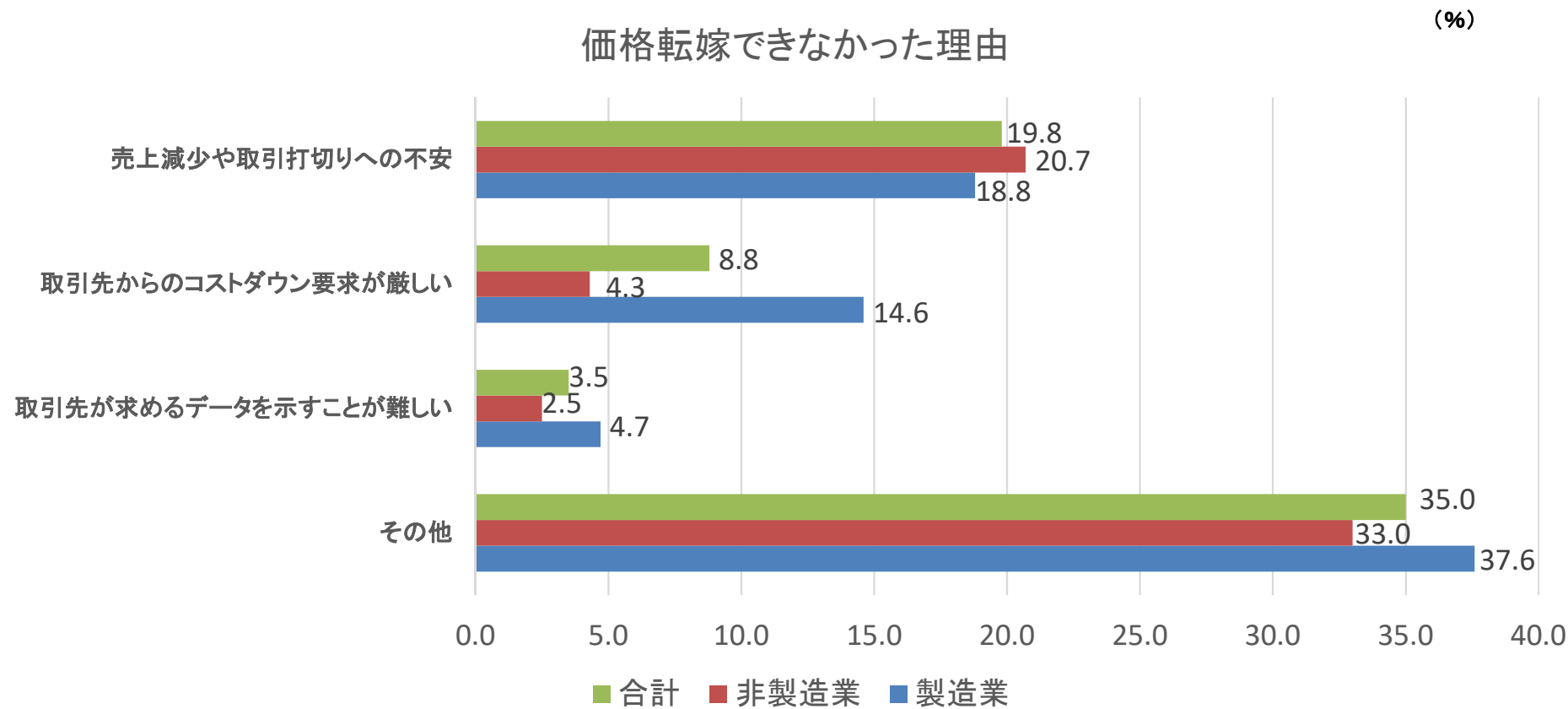


※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・社会情勢により多少の値上げは理解が得られる。(土木・建設)
- ・公表できる範囲のデータを使用して、コストアップ要因を説明。(輸送機械(自動車))
- ・取引先に関しては長年取引している先が多かったため粘り強く交渉。(紙・パルプ)
- ・一部、客室の改装による高付加価値化を経て価格転嫁を行った。(宿泊)
- ・飲み放題コースで一品減らすなどして対応。(飲食)

②価格転嫁できない理由



※回答については複数回答可

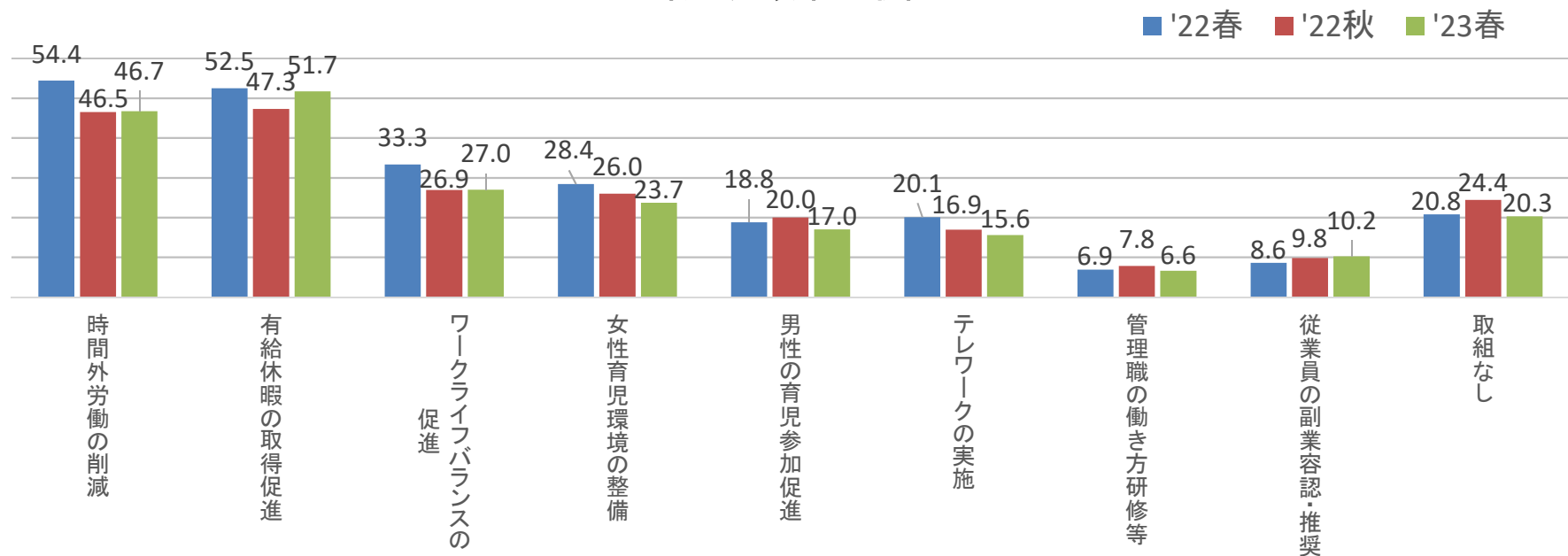
(企業の声)

- ・取引先が納得せず、価格転嫁しようとしても仕事なくなってしまう恐れがある。どうしても中小企業は弱い立場になる。(一般機械)
- ・ECサイトでの類似商品の価格を見ると価格転嫁に踏み切れない。(食品加工)
- ・売価転嫁した分は、将来コストダウンさせられる。(輸送機械(自動車))
- ・値上げにより顧客が減るのではないかという不安は大きい。(飲食)

12 働き方改革の取組

- ・働き方改革推進により、「時間外労働の削減」や「有休取得促進」に取り組む企業の割合が高い。
- ・一方で、「管理職の働き方研修等」「従業員の副業容認・推奨」は割合が低くなっており、企業、労働者双方の意識醸成が求められる。
- ・コメント等からも、継続して働き方改革に取り組んでいる企業が多く見受けられた。

働き方改革の取組



※回答については複数回答可

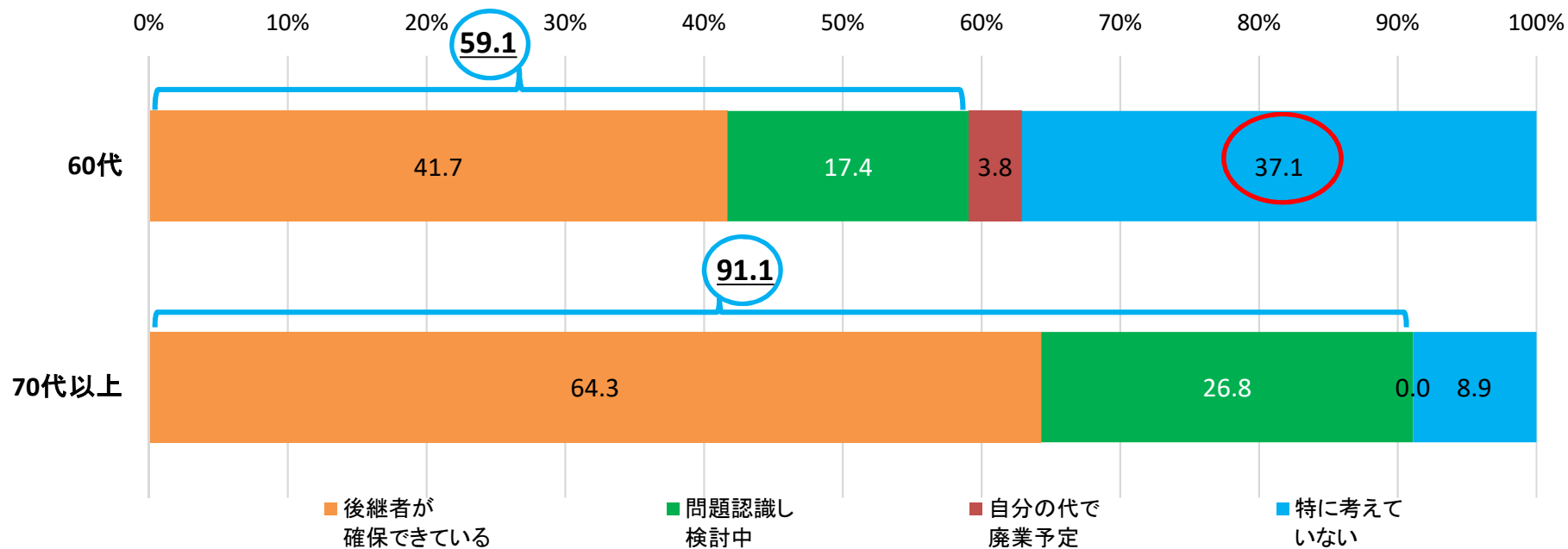
(企業の声)

- ・時間外労働・有給取得状況の管理、女性の働きやすい環境整備を実施。(輸送機械(自動車))
- ・職員に対する働き方改革に関するオンライン研修を実施。(通信・情報)
- ・子育て中の短時間勤務可能(4時間以上の勤務であれば、何時から働いても良い)。(食品加工)
- ・できる限り機械化を図り、人の手がかからないようにしている。(卸・小売)
- ・有給休暇の取得促進や、テレワークを実施している。(医療医薬品)

13 事業承継の必要性

- ・「後継者を確保できている」又は「検討中」の割合は、60代の経営者では59.1%(前回65.0%)、70代の以上経営者では91.1%(前回90.7%)と高くなっている。
- ・60代の経営者では「特に考えていない」の回答が37.1%となっており、後継者育成など事業継承に向けた計画的な準備の必要性が感じられる。

経営者の世代別事業承継状況



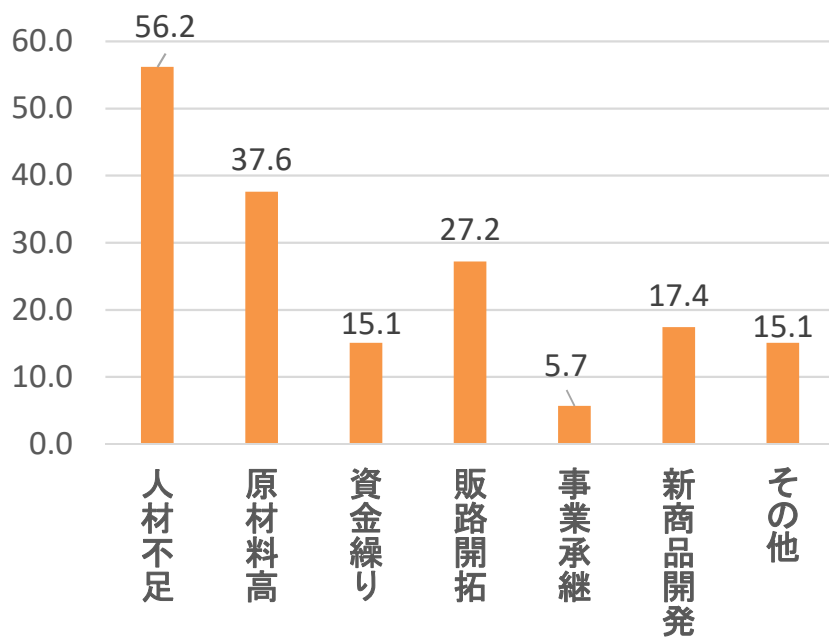
(企業の声)

- ・現経営者の息子(40代)が後継者となる予定。(対事業所サービス)
- ・従業員承継を軸に考えているが、その環境がまだ整っていない。(金属製品)
- ・今一番の課題となっている。従業員を育てて後継者を確保する。(食品加工)
- ・M&Aを含め事業承継を検討中。(飲食)
- ・子供が継承したくないということであれば、その時考えていきたい。(宿泊)

14 現在の経営上の課題

- ・人材不足を課題に挙げている割合は全体で56.2%と5割を超えており、特に、「輸送機械」「土木・建設」「運輸」「宿泊」で高い。
- ・原材料高を課題に挙げている割合は全体で37.6%となっており、製造業、非製造業ともに、ほぼ全ての業種で高い。
- ・このほか、「宿泊」は資金繰りを、「卸・小売」は販路開拓を課題として挙げる割合が高い。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

(%)

	人材不足	原材料高	資金繰り	販路開拓	事業承継	新商品開発	その他
食品加工	50.9	56.4	23.6	49.1	3.6	21.8	9.1
電気機械	53.3	33.3	0.0	13.3	0.0	6.7	20.0
輸送機械	78.1	31.3	3.1	12.5	0.0	6.3	6.3
卸・小売	48.8	48.8	12.2	41.5	2.4	24.4	17.1
土木・建設	100.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
運輸	69.2	46.2	23.1	0.0	0.0	7.7	7.7
通信・情報	52.8	13.9	0.0	27.8	13.9	27.8	19.4
飲食	47.4	36.8	21.1	31.6	10.5	21.1	5.3
宿泊	66.7	49.2	33.3	14.3	11.1	9.5	19.0

※回答については複数回答可

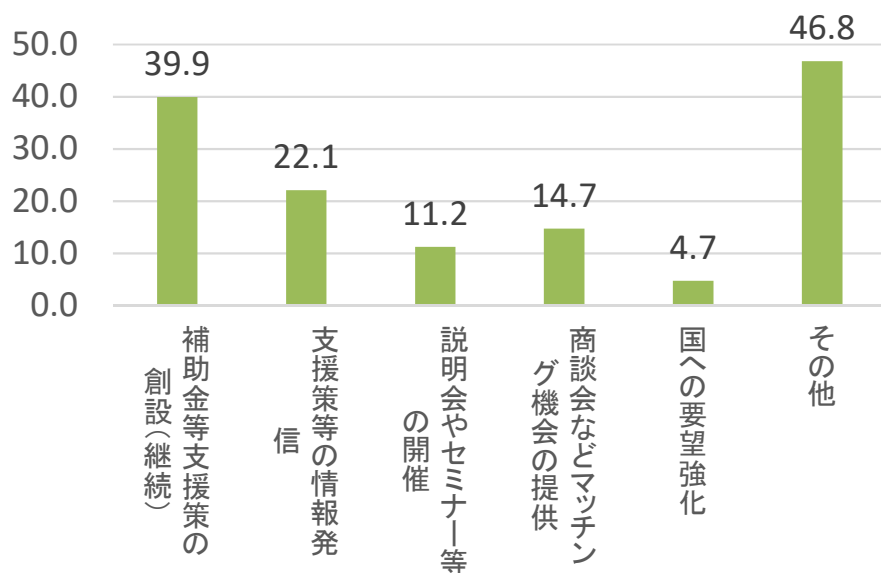
(企業の声)

- ・新規設備投資が続いたため、売上拡大、資金繰り等に課題がある。(宿泊)
- ・次の時代を考えると、是非若い人に来ていただきたい。(土木建設)
- ・人員不足が課題。5年間育てた技能実習生の穴を埋める人材がいない。(金属製品)
- ・原材料価格高騰により利益が確保できない。利益率の高い商品の開発も検討したい。(卸・小売)
- ・BCPについてはお客様からも指摘を受けるので、気にしている。(輸送機械(自動車))

15 県への要望

- ・補助金等支援策の創設(継続)を求める割合は全体で39.9%であり、特に、「飲食」「宿泊」が多い。
- ・「運輸」では、支援策等の情報発信を求める割合が30.8%と多くなっている。
- ・その他の回答は、誘客イベントの充実、コロナ融資の返済期間延長、人材確保支援策等への要望があった。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

(%)

	補助金等支援策の創設(継続)	支援策等の情報発信	説明会やセミナー等の開催	商談会などマッチング機会の提供	国への要望強化	その他
食品加工	43.6	25.5	12.7	29.1	3.6	45.5
電気機械	20.0	20.0	6.7	13.3	0.0	66.7
輸送機械	43.8	15.6	25.0	18.8	3.1	34.4
卸・小売	24.4	22.0	22.0	14.6	4.9	61.0
運輸	38.5	30.8	0.0	7.7	15.4	46.2
土木・建設	36.4	9.1	0.0	9.1	9.1	72.7
通信・情報	33.3	13.9	13.9	13.9	5.6	52.8
飲食	52.6	21.1	5.3	10.5	5.3	31.6
宿泊	54.0	20.6	4.8	6.3	4.8	42.9

※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・中小企業診断士派遣の補助や手当などを厚くして欲しい。現在は3回までなら無料で相談が受けれるが、3回ではあまり意味が無い。(一般機械)
- ・活用は積極的にしたいので、補助金等支援策の情報発信をしっかりと行ってほしい。また、旅割が好調に推移しており、お客様からの反応もよいので、今後も継続してほしい。(宿泊)
- ・行政が公開する募集や制度周知に使われる文言が難解。もっとかみ砕いた表現にしてほしい。(卸・小売)
- ・コロナ融資の返済期間延長があれば助かる。(食品加工)
- ・コンサルではなく、実際に経営に成功している方の話を聞く機会があるとよい。効果的な情報発信の方法などを知りたい。(食品加工)