

# エネルギー価格・物価高騰等に伴う事業者の影響調査

(令和5年11月分)

- 1 調査時点  
令和5年11月30日
- 2 調査対象  
県内の商工会議所及び商工会の会員の約2%を調査対象として抽出
- 3 調査方法  
各商工会議所及び商工会が調査票の配付又は聴き取りにより実施

※これまで実施してきました「新型コロナウイルス感染症等に伴う事業者の影響調査」（最終調査：令和5年2月末）を、令和5年度から、「エネルギー価格・物価高騰等に伴う事業者の影響調査」として、四半期毎（5月末、8月末、11月末及び2月末）に実施することとしたものです。

岩手県商工労働観光部経営支援課

# エネルギー価格・物価高騰等に伴う事業者の影響調査(令和5年11月分)

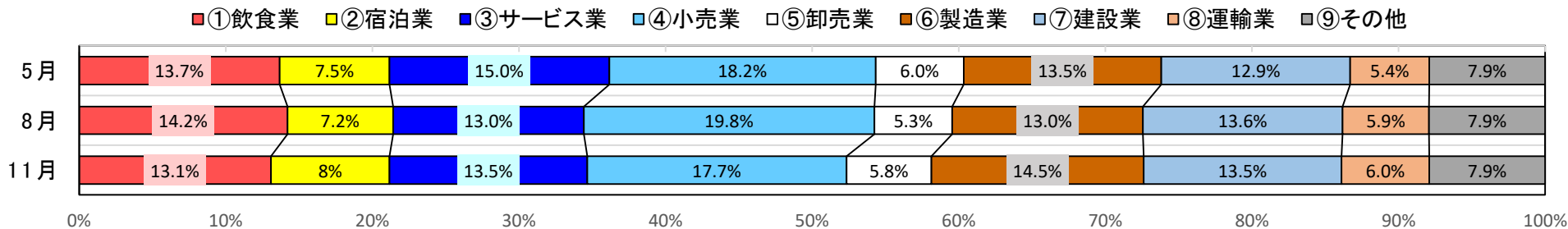
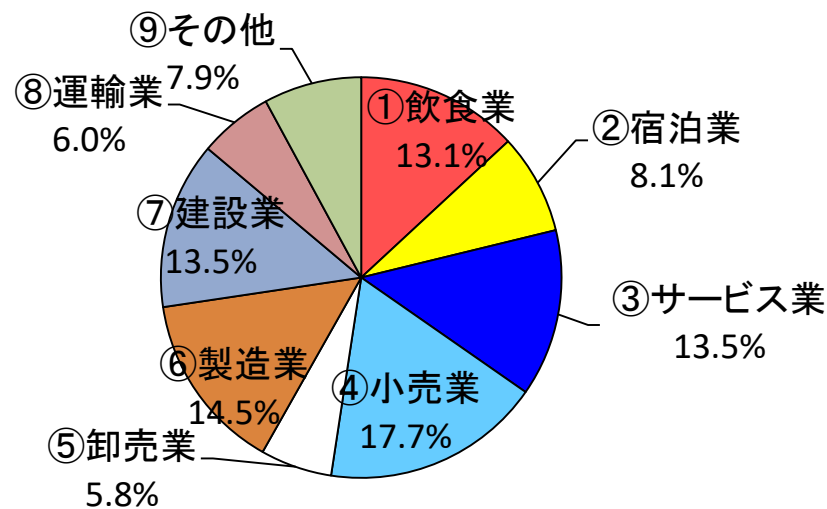
1 調査時点  
令和5年11月30日

2 調査対象  
県内の商工会議所及び商工会の会員数26,157者(令和5年10月1日現在)の約2%を調査対象として抽出  
調査回答数:519者

3 調査方法  
各商工会議所及び商工会が調査票の配付又は聴き取りにより実施

## Q1 貴社の業種を教えてください

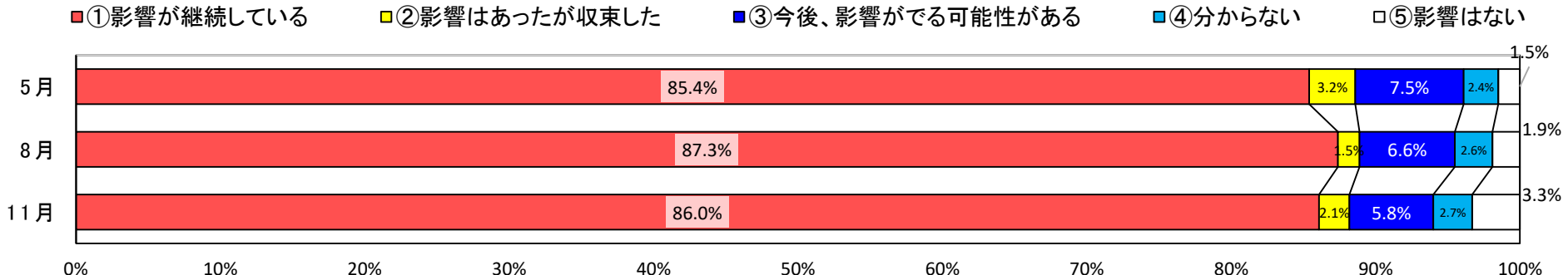
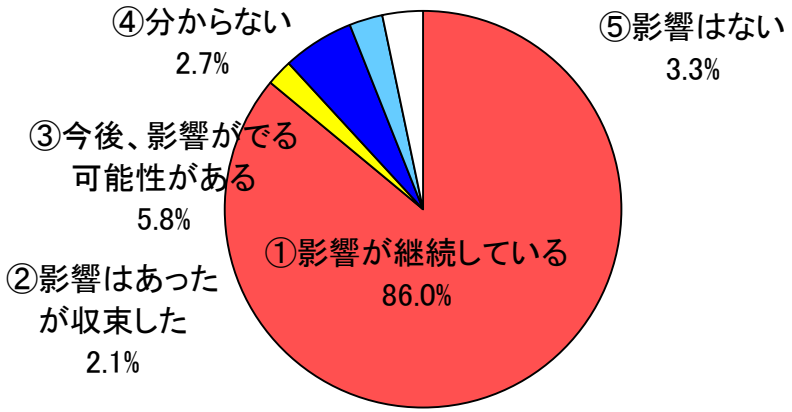
項目	回答数	割合
①飲食業	68	13.1%
②宿泊業	42	8.1%
③サービス業	70	13.5%
④小売業	92	17.7%
⑤卸売業	30	5.8%
⑥製造業	75	14.5%
⑦建設業	70	13.5%
⑧運輸業	31	6.0%
⑨その他	41	7.9%
合計	519	100.0%



## Q2 エネルギー価格・物価高騰等による貴社の経営への影響はありますか

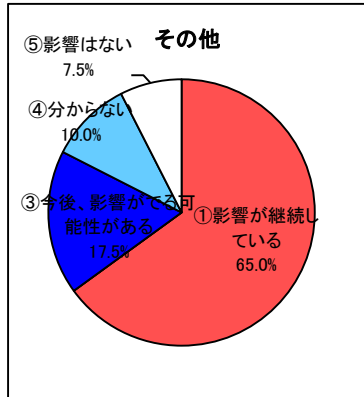
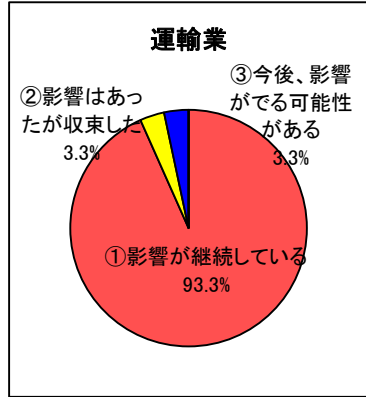
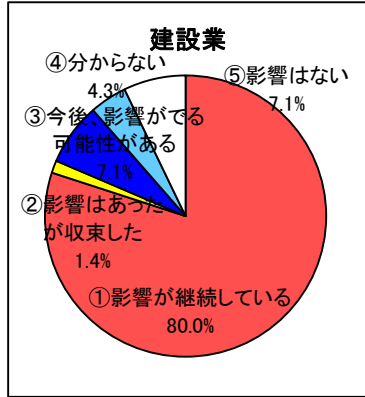
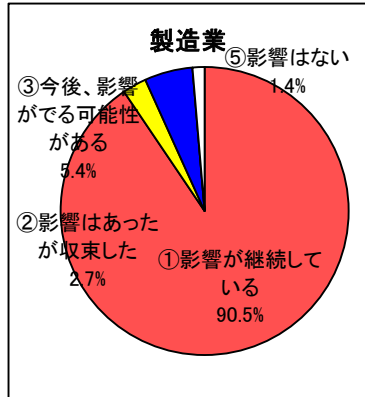
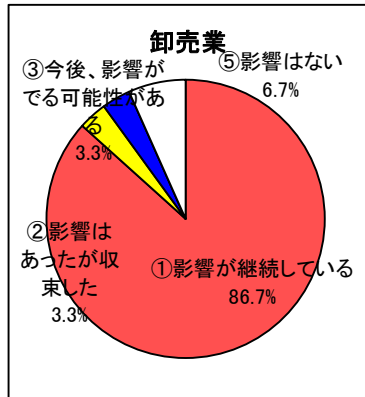
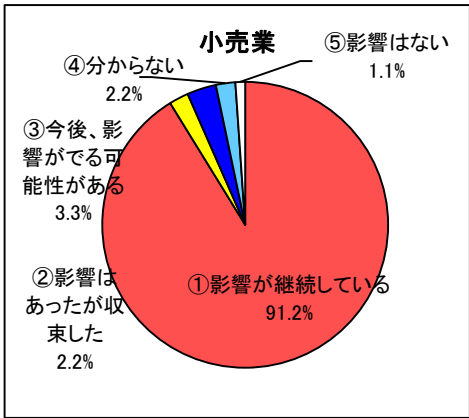
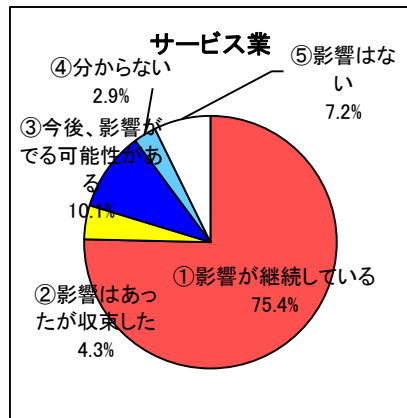
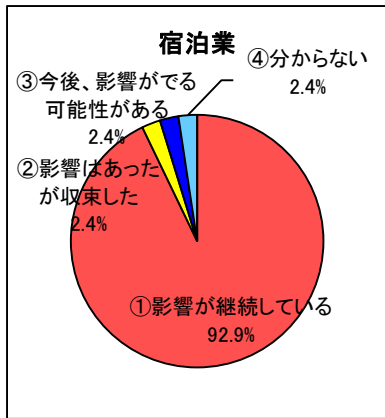
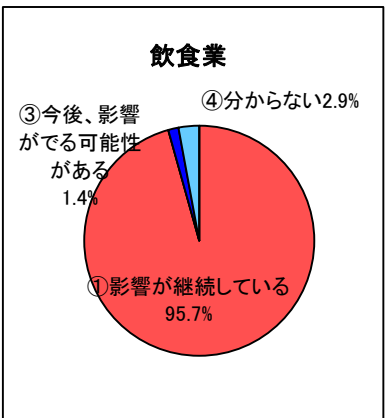
1 「①影響が継続している」が86.0%、「③今後、影響がでる可能性がある」が5.8%、合計91.8%が影響ありと回答している。  
 2 特に、飲食業は、「①影響が継続している」が95.7%、「③今後、影響がでる可能性がある」が1.4%となっており、ほぼ全ての回答者が影響ありと回答している。  
 3 一部「⑤影響はない」「②影響はあったが収束した」と回答した事業者も見られるものの、依然としてエネルギー価格・物価高騰等による影響が続いている。

項目	回答数	割合
①影響が継続している	443	86.0%
②影響はあったが収束した	11	2.1%
③今後、影響がでる可能性がある	30	5.8%
④分からない	14	2.7%
⑤影響はない	17	3.3%
合計	515	100.0%



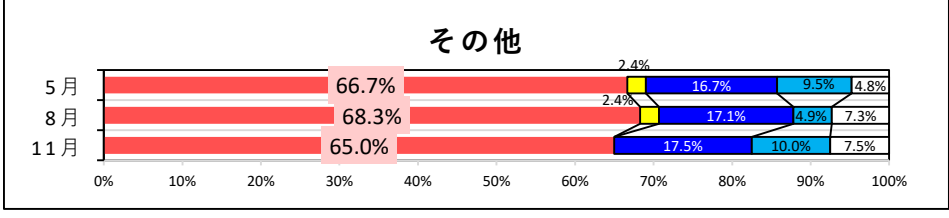
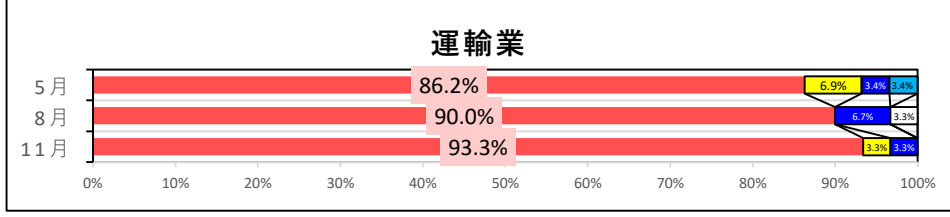
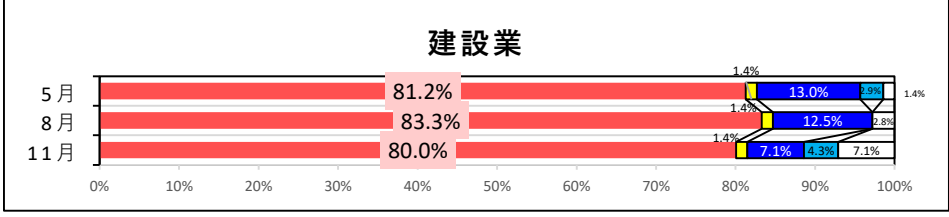
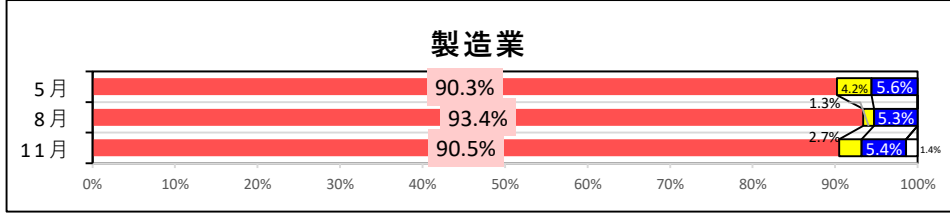
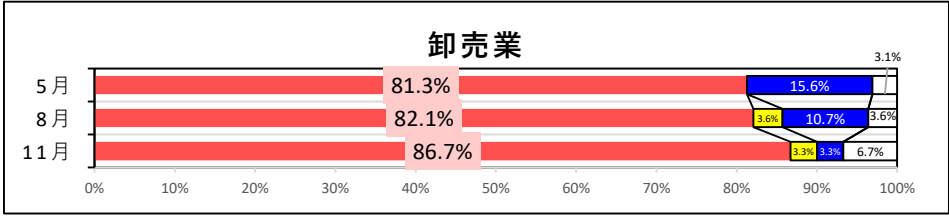
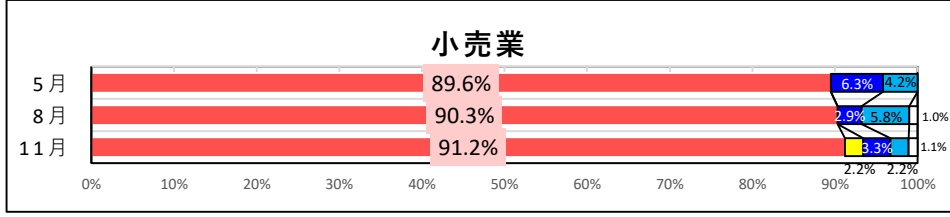
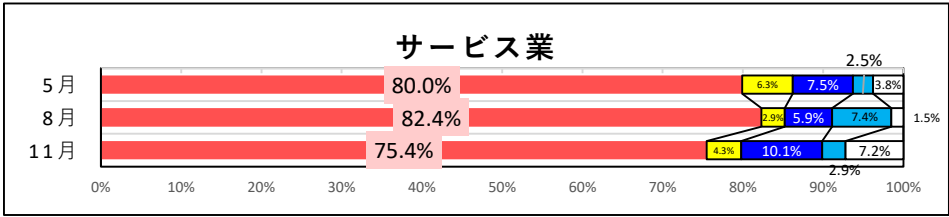
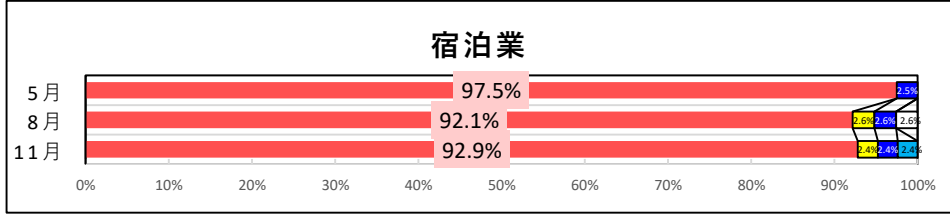
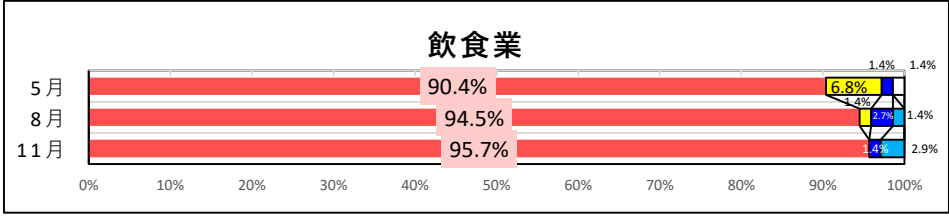
# Q2 エネルギー価格・物価高騰等による貴社の経営への影響はありますか【業種別】

項目	飲食業	宿泊業	サービス業	小売業	卸売業	製造業	建設業	運輸業	その他	合計
①影響が継続している	66	39	52	83	26	67	56	28	26	443
②影響はあったが収束した	0	1	3	2	1	2	1	1	0	11
③今後、影響がでる可能性がある	1	1	7	3	1	4	5	1	7	30
④分からない	2	1	2	2	0	0	3	0	4	14
⑤影響はない	0	0	5	1	2	1	5	0	3	17
合計	69	42	69	91	30	74	70	30	40	515



# Q2 エネルギー価格・物価高騰等による貴社の経営への影響はありますか【業種別推移】

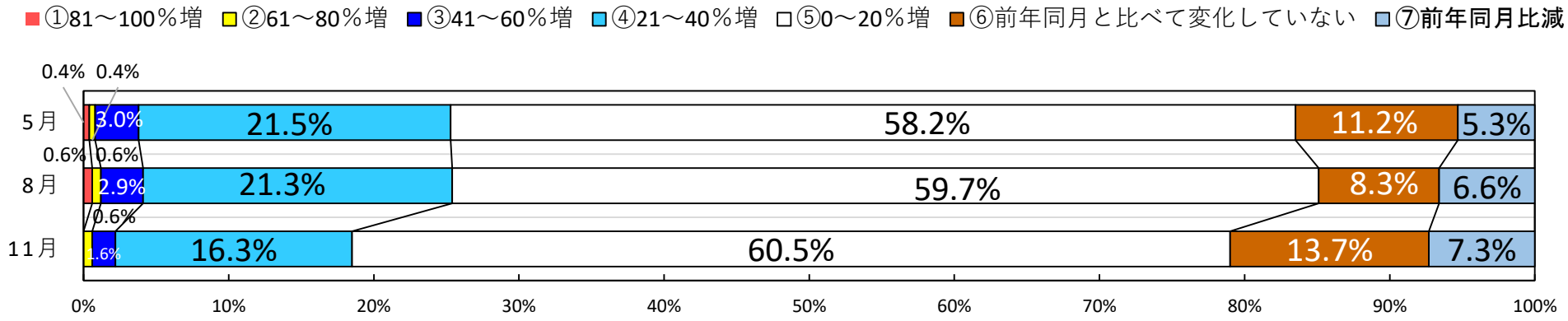
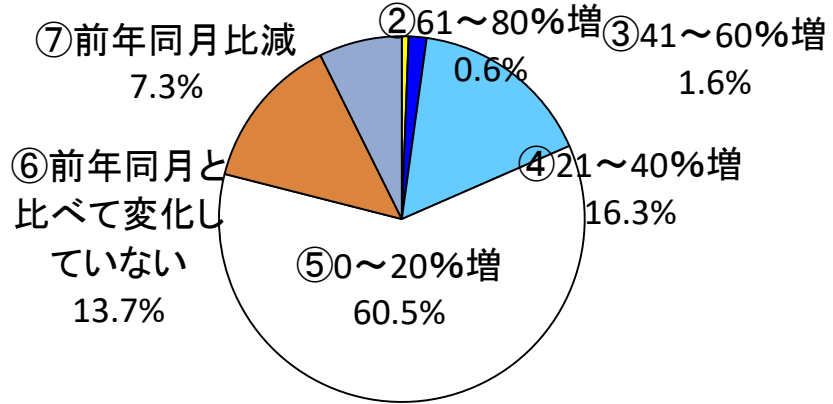
- ①影響が継続している
- ②影響はあったが収束した
- ③今後、影響がでる可能性がある
- ④分からない
- ⑤影響はない



### Q3 貴社では、令和5年11月の売上原価は、前年の同月と比較して増加していますか

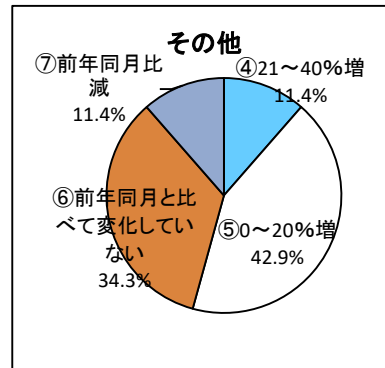
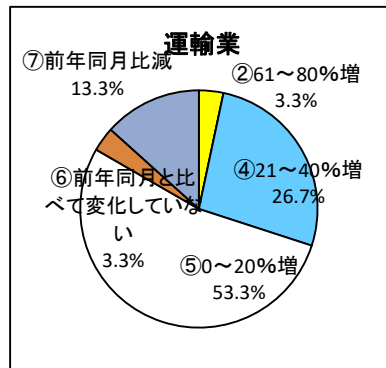
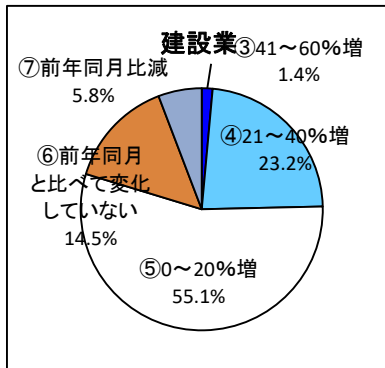
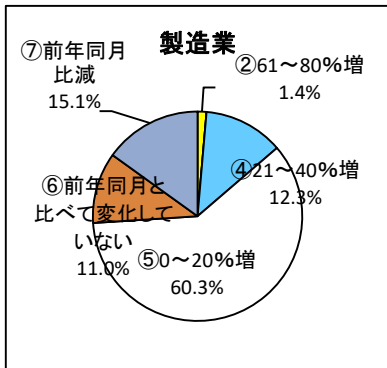
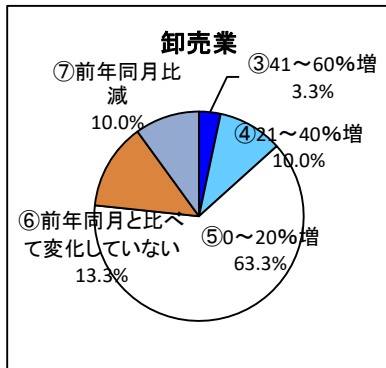
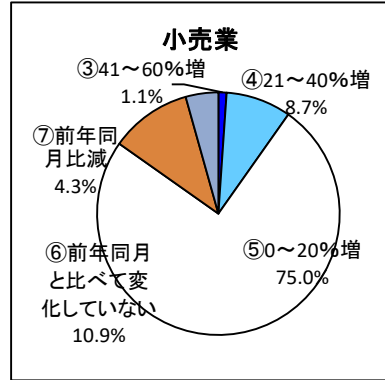
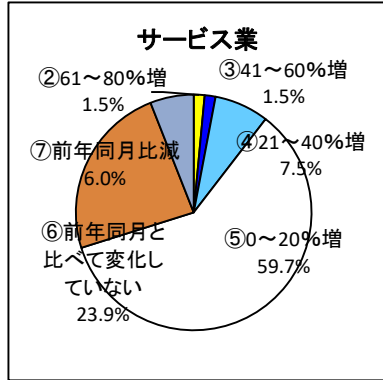
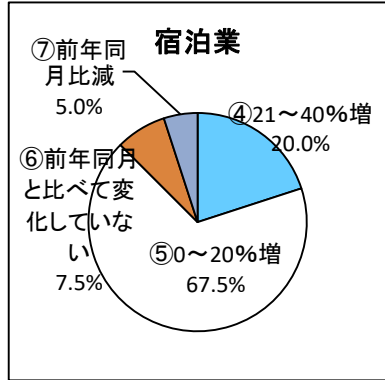
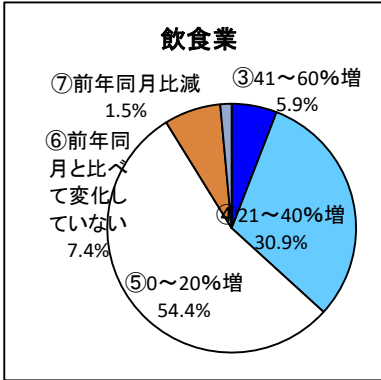
1 「⑤0～20%増」が60.5%と最も多く、次いで「④21～40%増」が16.3%で、0～40%増と回答した割合は76.8%となっている。  
 2 特に、飲食業は、「⑤0～20%増」が54.4%、「④21～40%増」が30.9%で、0～40%増と回答した割合は85.3%となっており、全体として売上原価の増加は高い水準で推移している。  
 3 業種別では、運輸業において、前回と比べて売上原価の増加傾向が見られる。一方で、宿泊業、サービス業、小売業、卸売業、製造業、建設業において、前回と比べて売上原価の改善傾向が見られる。

項目	回答数	割合
①81～100%増	0	0.0%
②61～80%増	3	0.6%
③41～60%増	8	1.6%
④21～40%増	82	16.3%
⑤0～20%増	305	60.5%
⑥前年同月と比べて変化していない	69	13.7%
⑦前年同月比減	37	7.3%
合計	504	100.0%



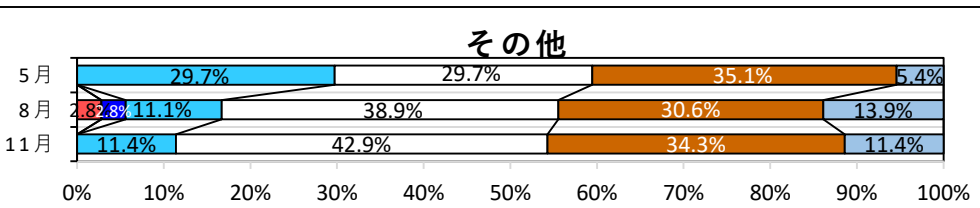
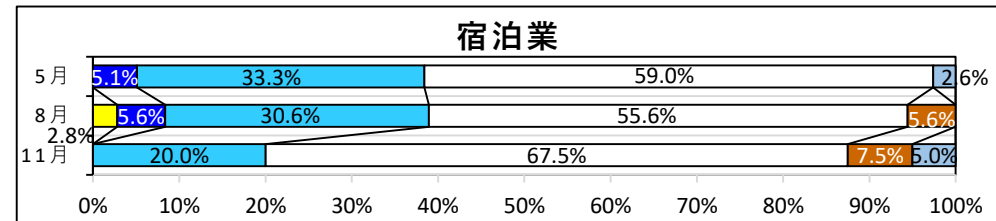
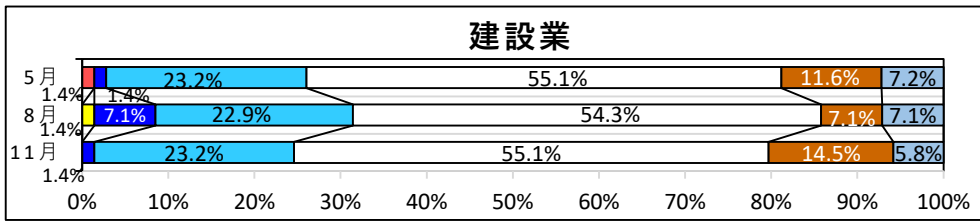
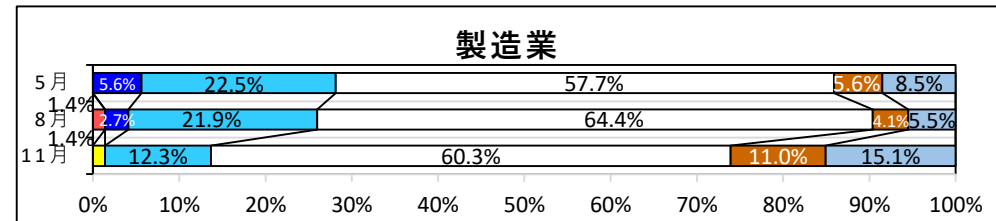
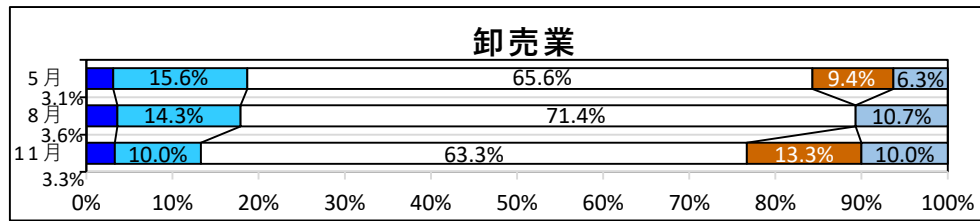
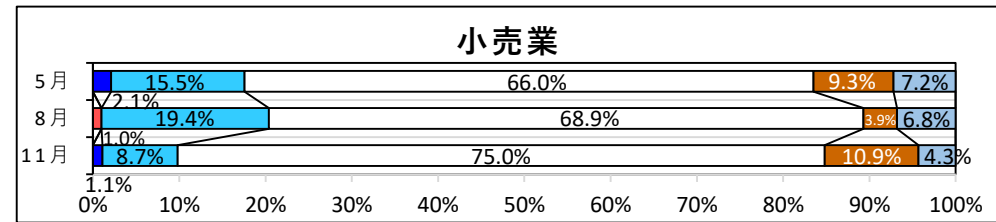
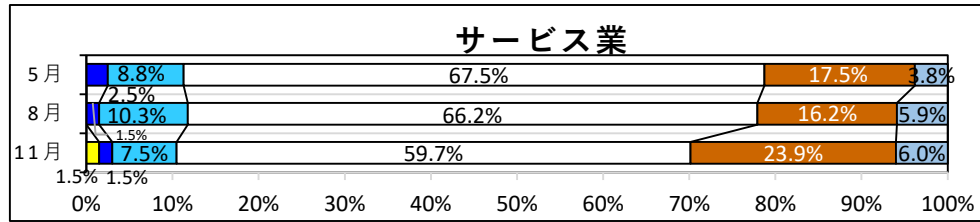
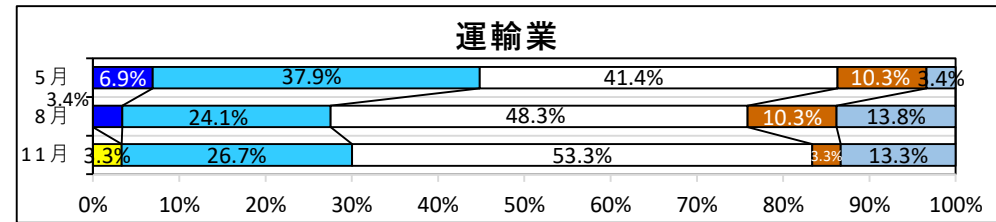
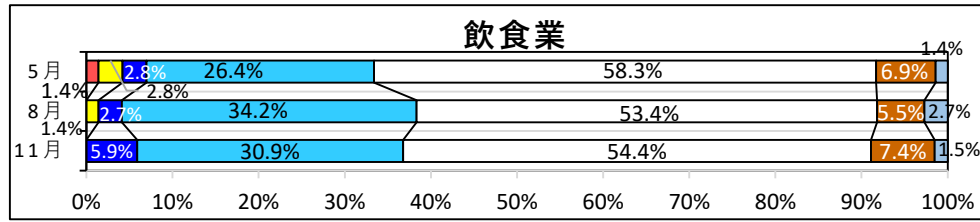
### Q3 貴社では、令和5年11月の売上原価は、前年の同月と比較して増加していますか【業種別】

項目	飲食業	宿泊業	サービス業	小売業	卸売業	製造業	建設業	運輸業	その他	合計
①81～100%増	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
②61～80%増	0	0	1	0	0	1	0	1	0	3
③41～60%増	4	0	1	1	1	0	1	0	0	8
④21～40%増	21	8	5	8	3	9	16	8	4	82
⑤0～20%増	37	27	40	69	19	44	38	16	15	305
⑥前年同月と比べて変化していない	5	3	16	10	4	8	10	1	12	69
⑦前年同月比減	1	2	4	4	3	11	4	4	4	37
合計	68	40	67	92	30	73	69	30	35	504



# Q3 貴社では、令和5年11月の売上原価は、前年の同月と比較して増加していますか【業種別推移】

■ ①81~100%増  
 ■ ②61~80%増  
 ■ ③41~60%増  
 ■ ④21~40%増  
 □ ⑤0~20%増  
 ■ ⑥前年同月と比べて変化していない  
 ■ ⑦前年同月比減

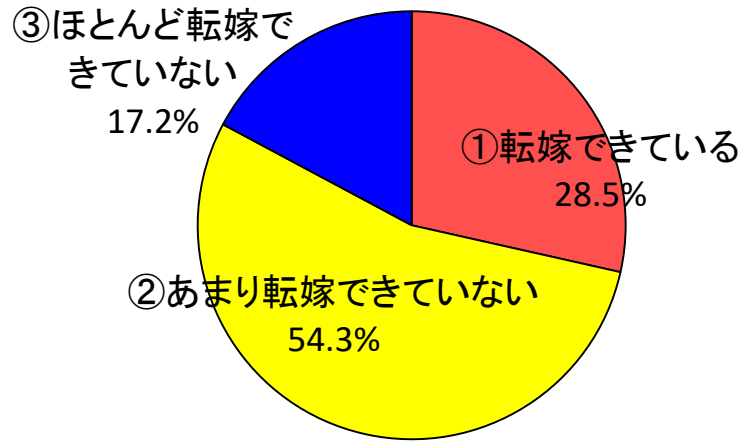




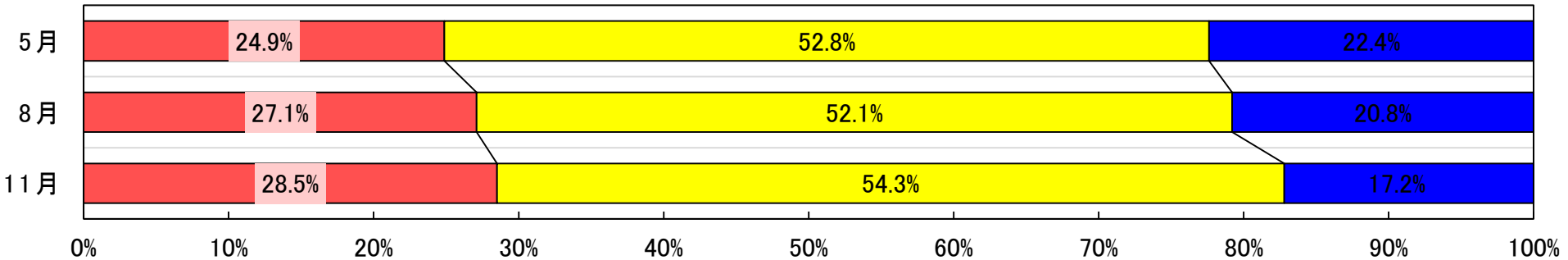
# Q4 貴社では、必要な価格転嫁をできていますか

- 1 「②あまり転嫁できていない」が54.3%、「③ほとんど転嫁できていない」が17.2%となっており、前回より1.4ポイント改善したものの、71.5%が必要な価格転嫁ができていないと回答している。
- 2 「②あまり転嫁できていない」「③ほとんど転嫁できていない」の割合が高かった業種は、飲食業82.4%、建設業78.6%、運輸業73.3%となっている。なお、卸売業において、「①転嫁できている」の割合が前回の50.0%から23.3ポイント減少し、価格転嫁が後退している状況にある。
- 3 一方で、「①転嫁できている」の割合が高かった小売業は40.2%となっており、サービス業は前回の20.6%から14.7ポイント増加、運輸業は前回の10.0%から16.7ポイント増加しており、価格転嫁が進んだ業種もある。

項目	回答数	割合
①転嫁できている	146	28.5%
②あまり転嫁できていない	278	54.3%
③ほとんど転嫁できていない	88	17.2%
合計	512	100.0%

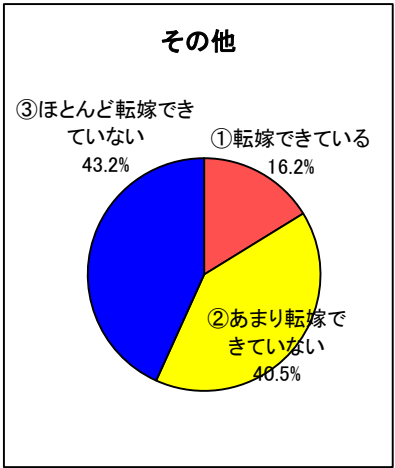
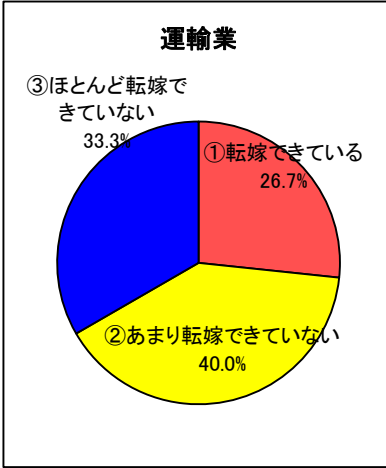
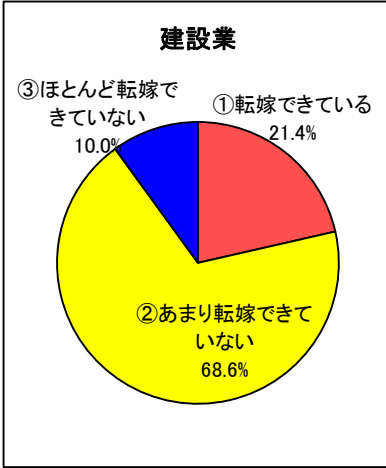
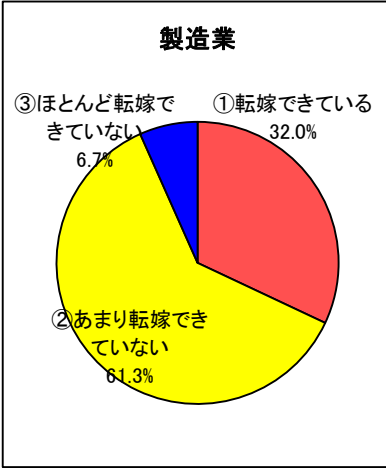
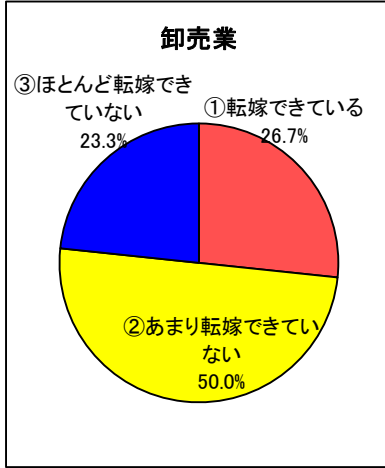
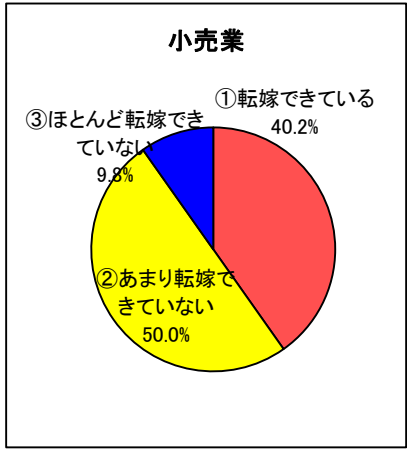
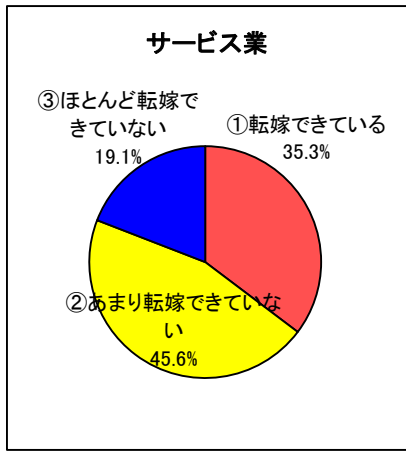
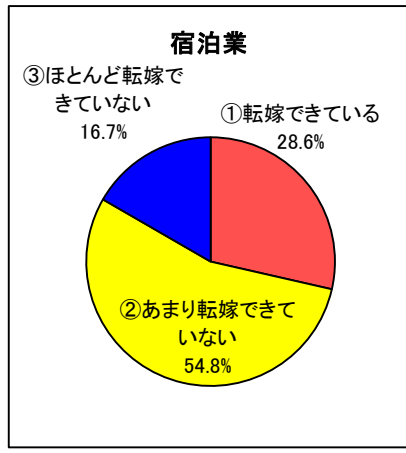
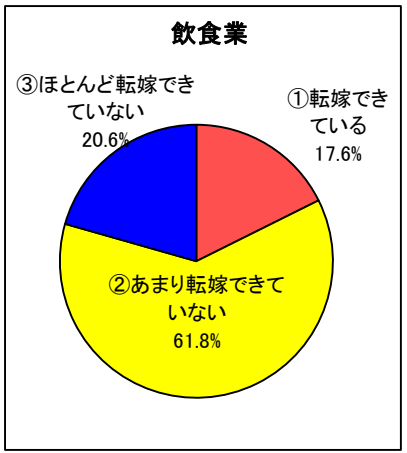


■ ①転嫁できている    ■ ②あまり転嫁できていない    ■ ③ほとんど転嫁できていない



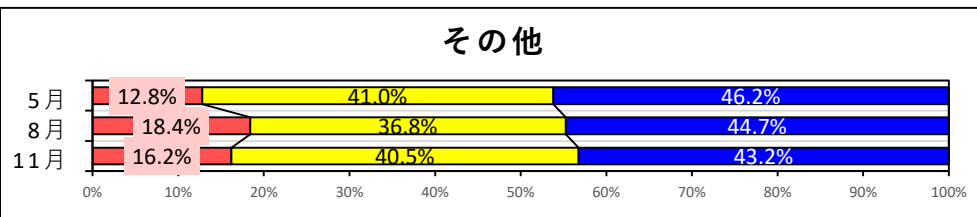
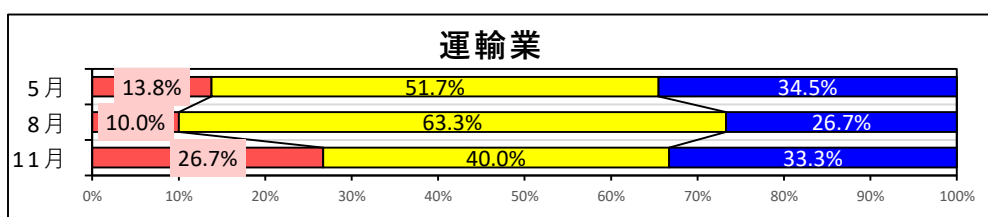
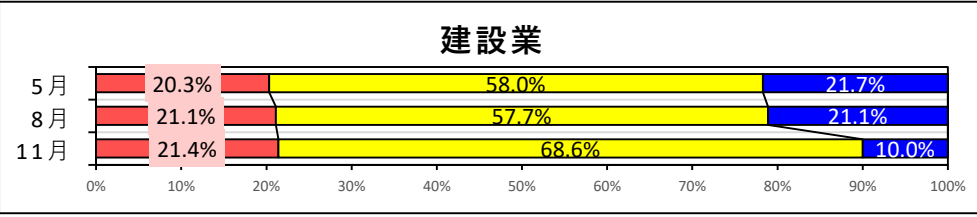
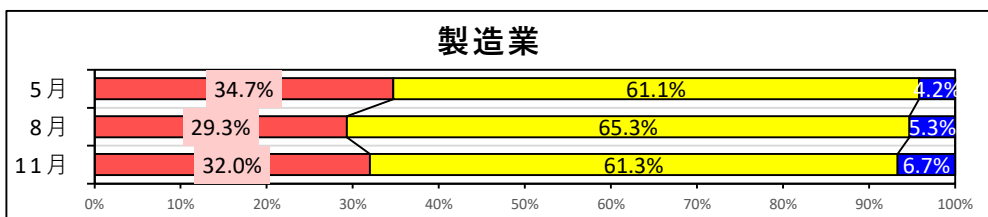
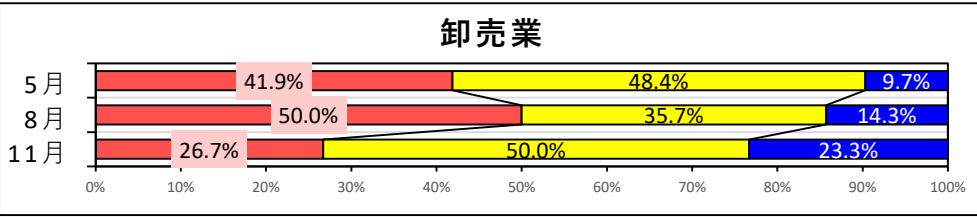
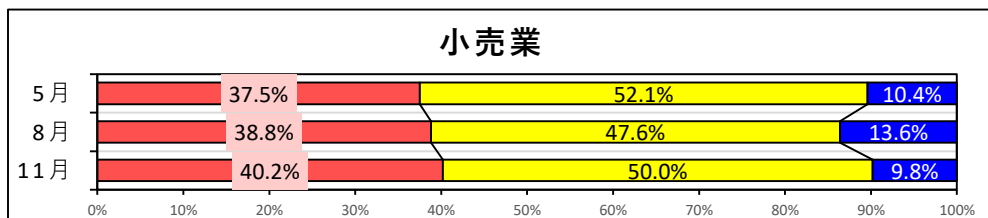
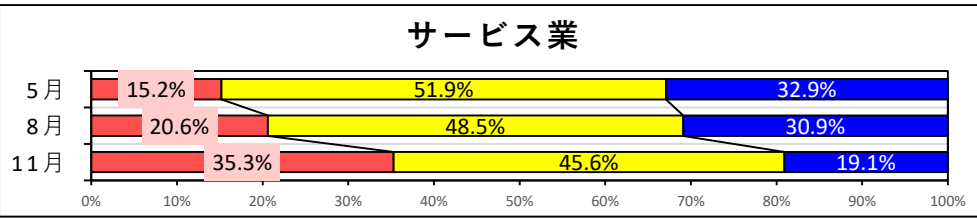
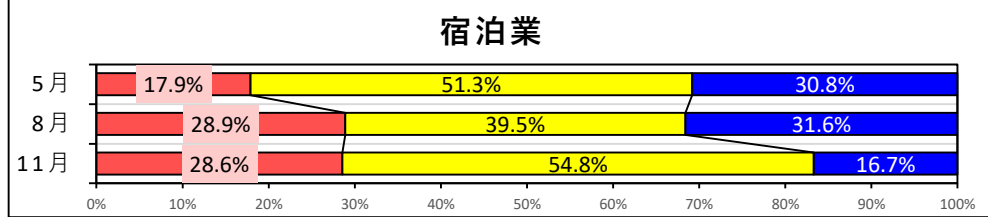
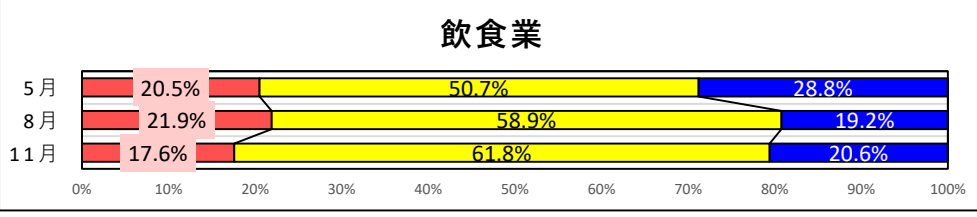
# Q4 貴社では、必要な価格転嫁をできていますか【業種別】

項目	飲食業	宿泊業	サービス業	小売業	卸売業	製造業	建設業	運輸業	その他	合計
①転嫁できている	12	12	24	37	8	24	15	8	6	146
②あまり転嫁できていない	42	23	31	46	15	46	48	12	15	278
③ほとんど転嫁できていない	14	7	13	9	7	5	7	10	16	88
合計	68	42	68	92	30	75	70	30	37	512



# Q4 貴社では、必要な価格転嫁をできていますか【業種別推移】

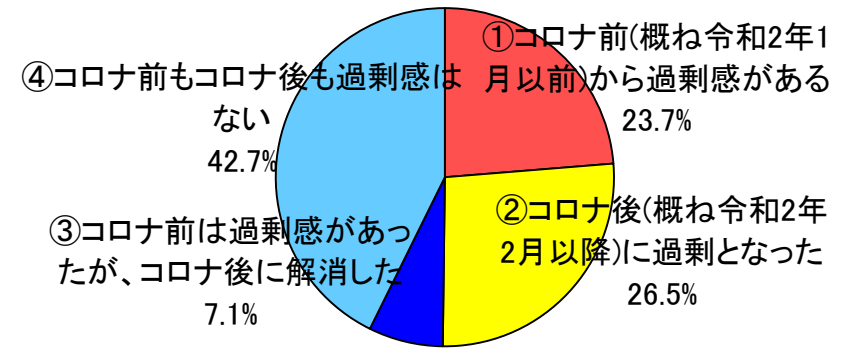
■ ①転嫁できている     
 ■ ②あまり転嫁できていない     
 ■ ③ほとんど転嫁できていない



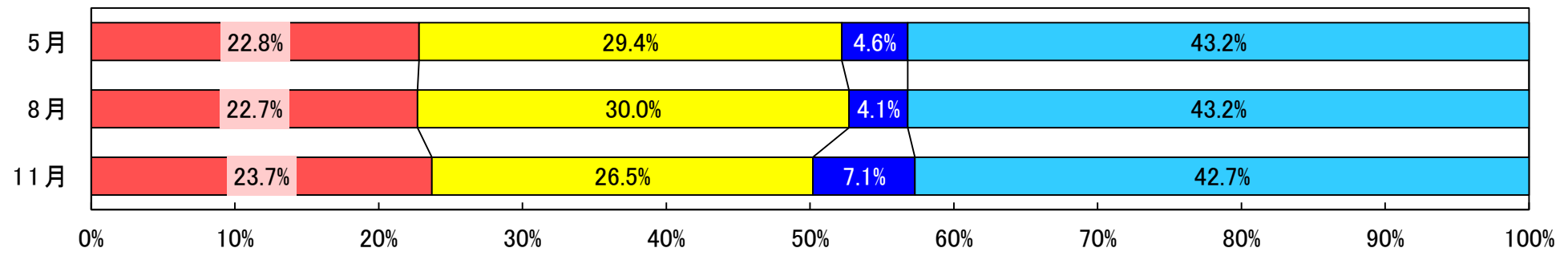
# Q5 貴社では、債務の過剰感を感じていますか

- 1 「①コロナ前(概ね令和2年1月以前)から過剰感がある」が23.7%、「②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった」が26.5%となっており、50.2%が現在も債務の過剰感を感じていると回答している。
- 2 一方、「②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった」が前回30.0%から3.5ポイント減少し、「③コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した」が前回4.1%から3.0ポイント増加しており、改善傾向も見られる。
- 3 業種別としては、サービス業は「①コロナ前(概ね令和2年1月以前)から過剰感がある」「②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった」の割合の合計が前回の47.0%から13.2ポイント減少し、「③コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した」の割合が前回の2.9%から4.5ポイント増加しており、改善傾向にある。
- 4 一方、卸売業は「①コロナ前(概ね令和2年1月以前)から過剰感がある」「②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった」の割合の合計が前回の48.1%から8.6ポイント増加し、運輸業も前回65.5%から1.2ポイント増加しており、コロナ収束後もエネルギー・物価高騰等の影響を受け、引き続き債務の過剰感を感じている事業者が多い。

項目	回答数	割合
①コロナ前(概ね令和2年1月以前)から過剰感がある	120	23.7%
②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった	134	26.5%
③コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した	36	7.1%
④コロナ前もコロナ後も過剰感はない	216	42.7%
合計	506	100.0%

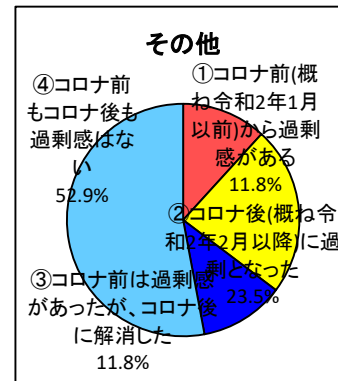
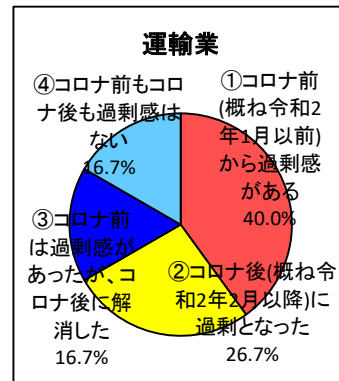
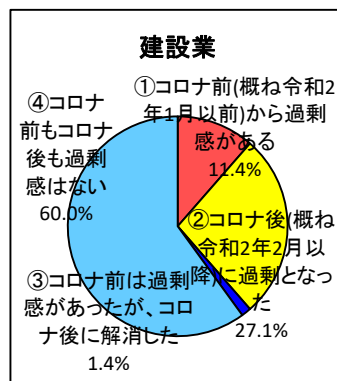
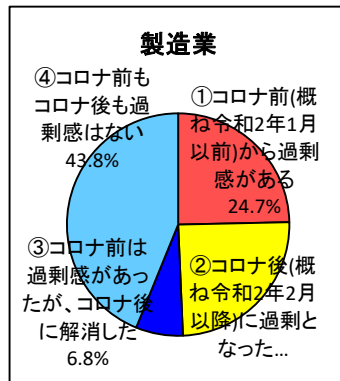
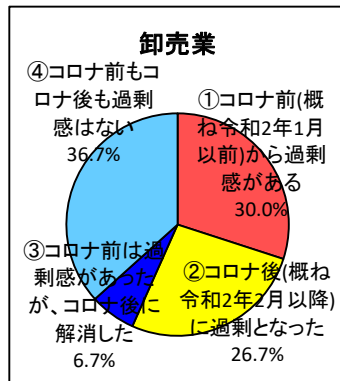
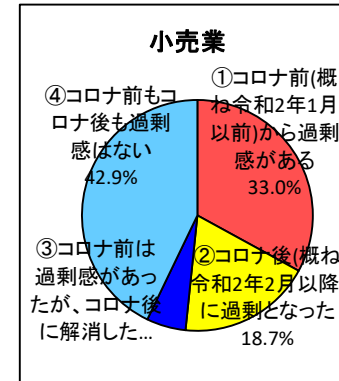
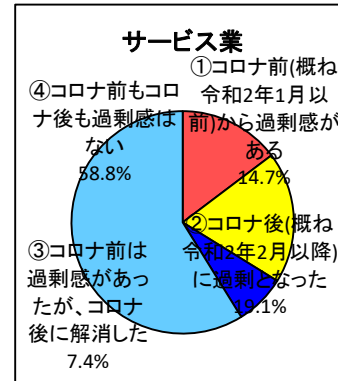
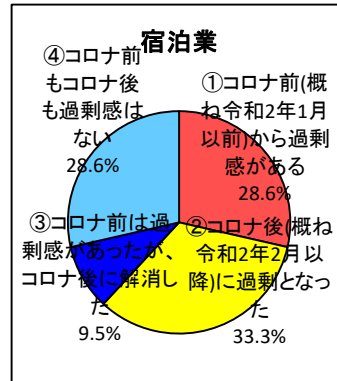
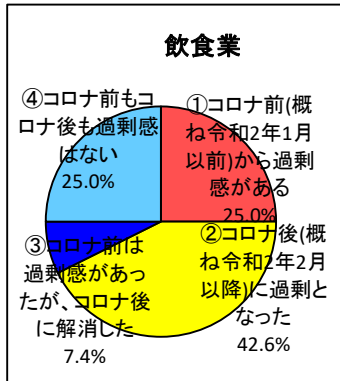


■①コロナ前(概ね令和2年10月以前)から過剰感がある ■②コロナ後(概ね令和2年11月以降)に過剰となった ■③コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した ■④コロナ前もコロナ後も過剰感はない



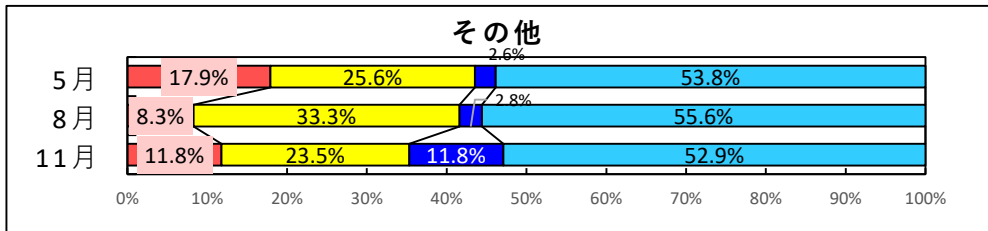
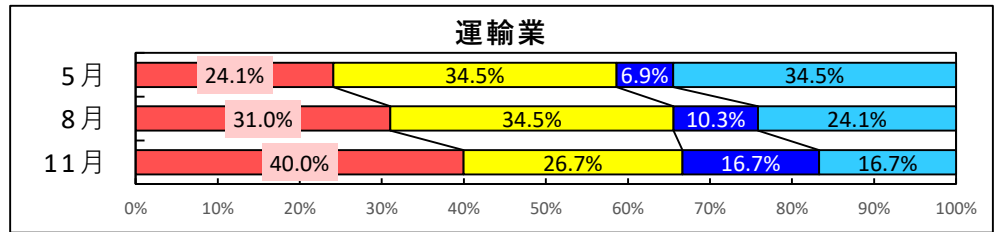
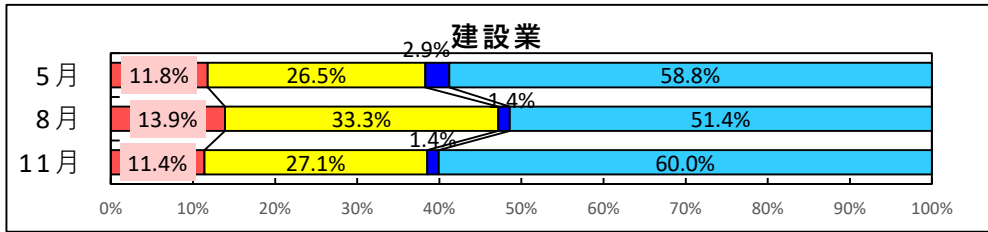
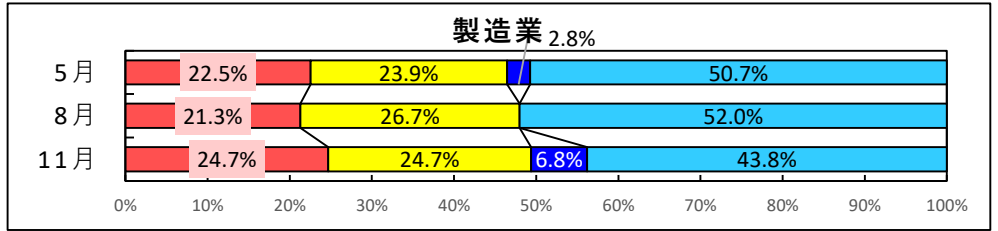
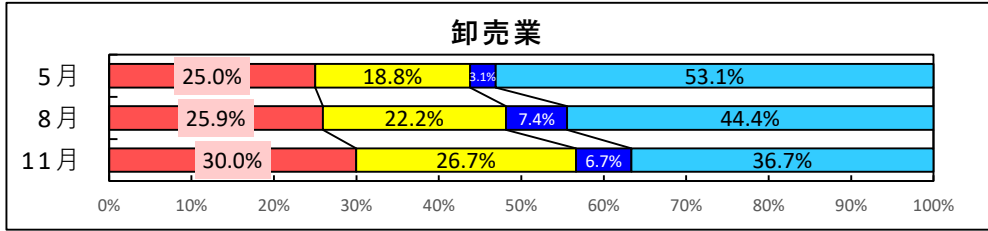
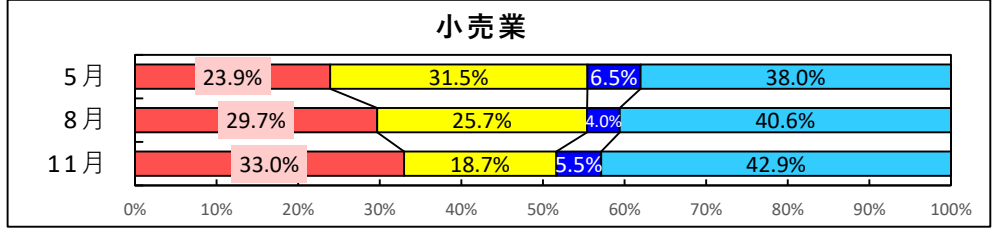
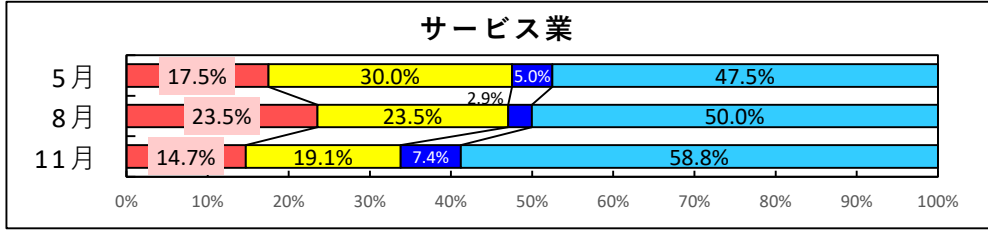
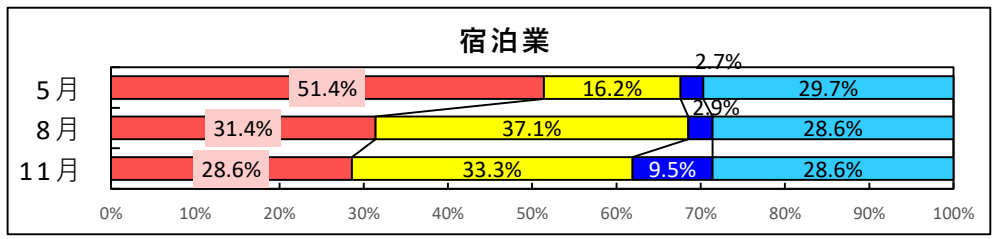
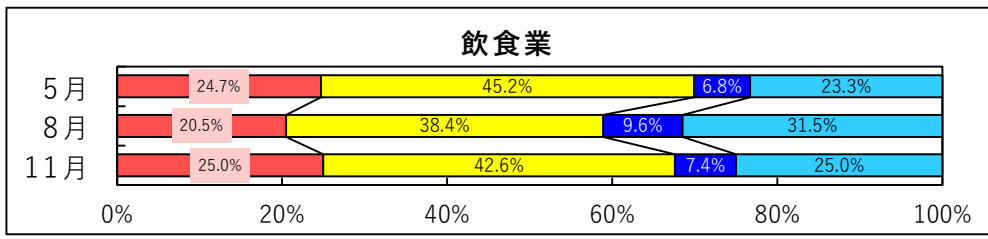
# Q5 貴社では、債務の過剰感を感じていますか【業種別】

項目	飲食業	宿泊業	サービス業	小売業	卸売業	製造業	建設業	運輸業	その他	合計
①コロナ前(概ね令和2年1月以前)から過剰感がある	17	12	10	30	9	18	8	12	4	120
②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった	29	14	13	17	8	18	19	8	8	134
③コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した	5	4	5	5	2	5	1	5	4	36
④コロナ前もコロナ後も過剰感はない	17	12	40	39	11	32	42	5	18	216
合計	68	42	68	91	30	73	70	30	34	506



# Q5 貴社では、債務の過剰感を感じていますか【業種別推移】

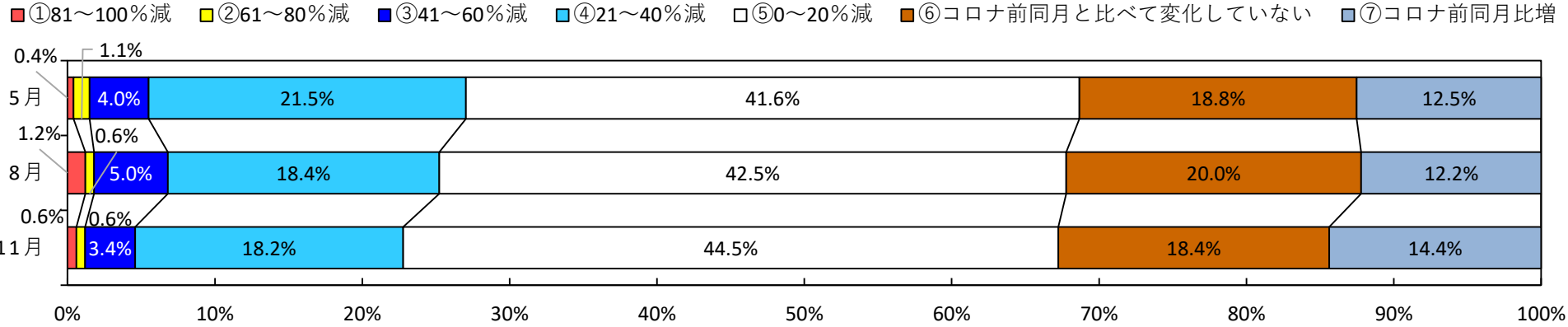
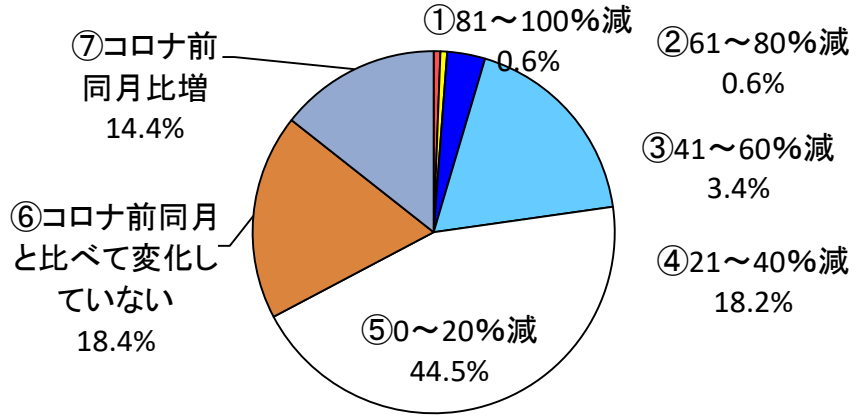
■①コロナ前(概ね令和2年1月以前)から過剰感がある ■②コロナ後(概ね令和2年2月以降)に過剰となった ■③コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した ■④コロナ前もコロナ後も過剰感はない



# Q6 貴社では、令和5年11月の売上が、コロナ前の同月と比較してどう変化しましたか

- 1 「⑤0～20%減」が44.5%と最も多く、次いで「④21～40%減」が18.2%となっている。0～40%減少していると回答した割合は62.7%となっており、影響が続いている状況にある。
- 2 一方、「⑥コロナ前同月と比べて変化していない」が18.4%、「⑦コロナ前同月比増」が14.4%と、コロナ前同月と比較して売上は減少していないと回答した事業者は32.8%であり、事業者間で差が生じている状況にある。
- 3 業種別では、サービス業、小売業は「③41～60%減」「②61～80%減」「①81～100%減」の割合が増加し、状況の悪化が見られる。
- 4 なお、飲食業、宿泊業、小売業、製造業、卸売業、建設業、運輸業は、「コロナ前同月増」が増加していることから、若干の改善傾向が見られる。

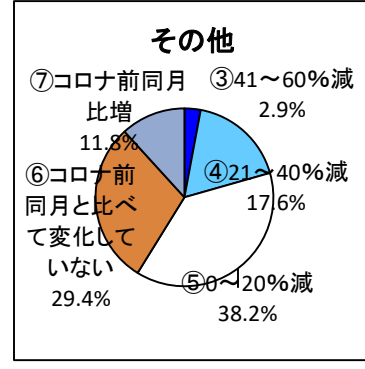
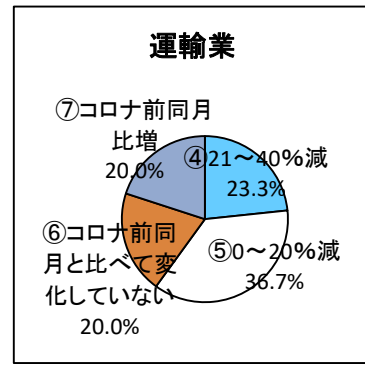
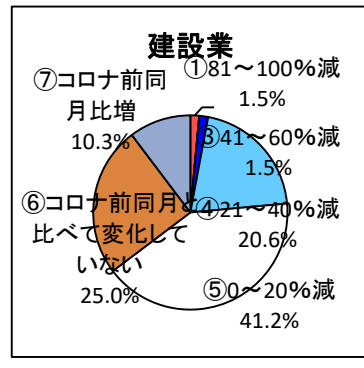
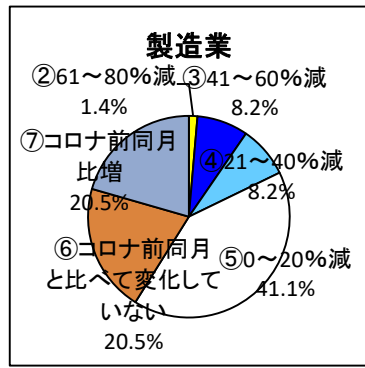
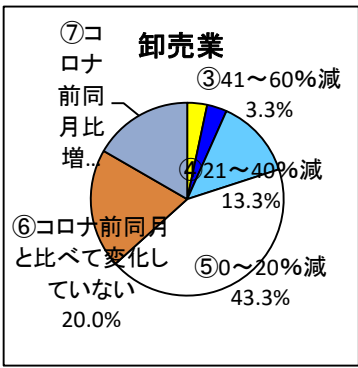
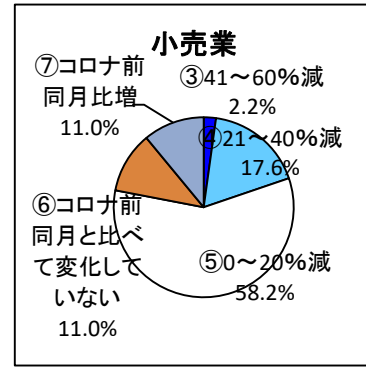
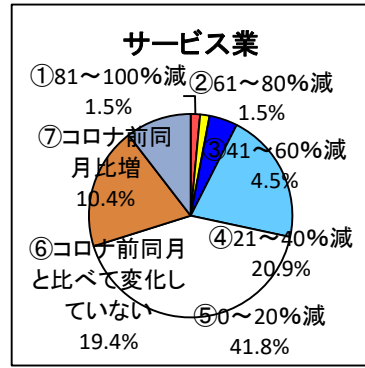
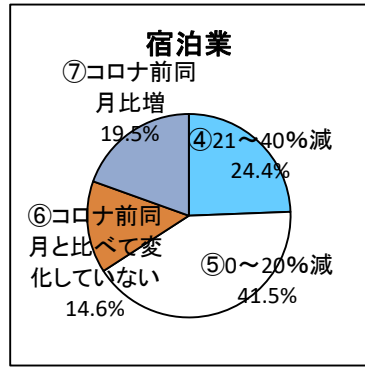
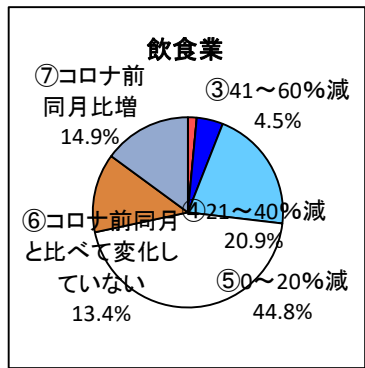
項目	回答数	割合
①81～100%減	3	0.6%
②61～80%減	3	0.6%
③41～60%減	17	3.4%
④21～40%減	91	18.2%
⑤0～20%減	223	44.5%
⑥コロナ前同月と比べて変化していない	92	18.4%
⑦コロナ前同月比増	72	14.4%
合計	501	100.0%





# Q6 貴社では、令和5年11月の売上が、コロナ前の同月と比較してどう変化しましたか【業種別】

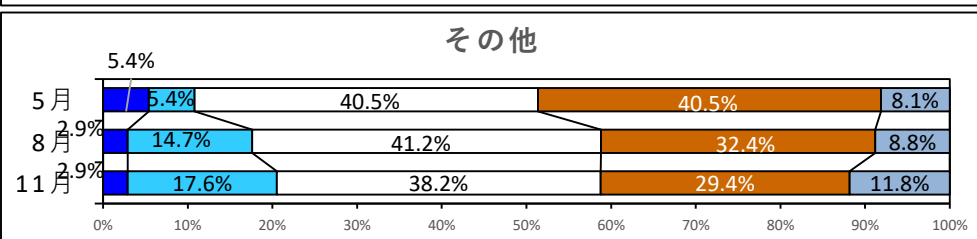
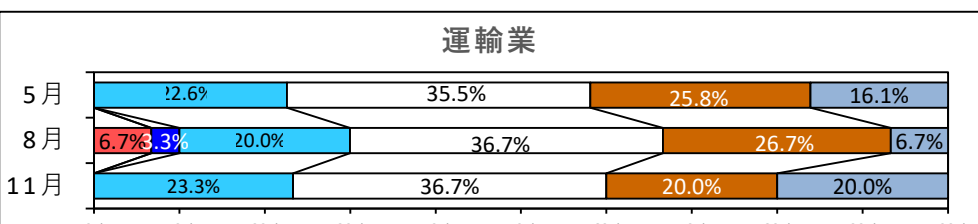
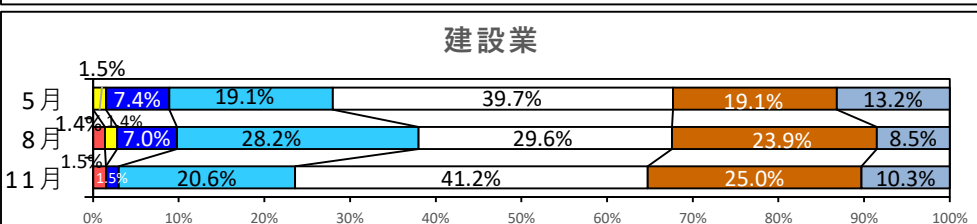
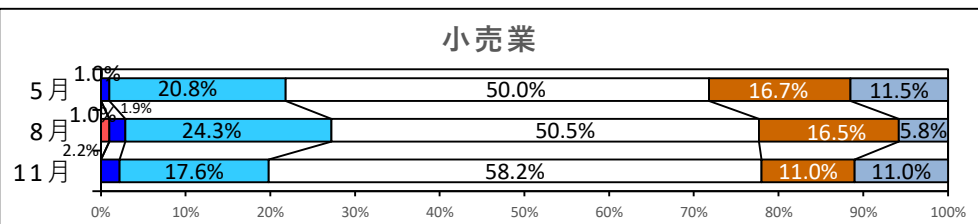
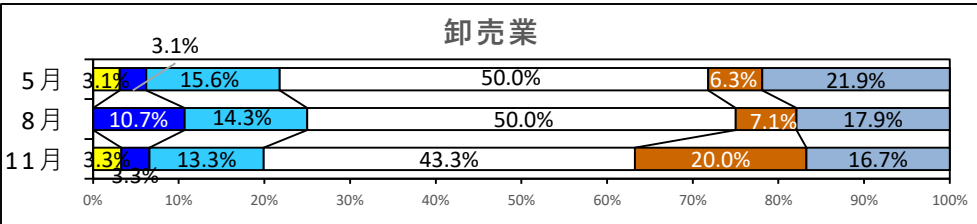
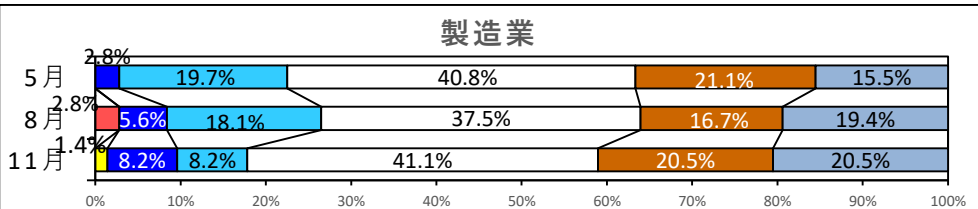
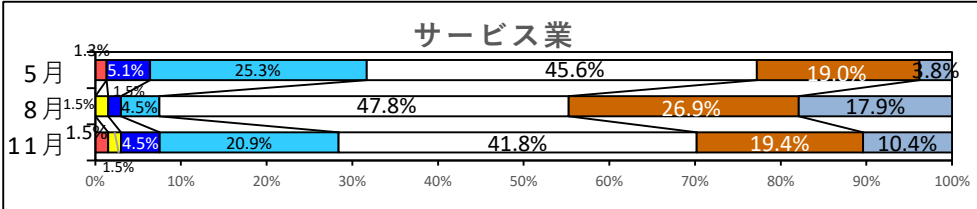
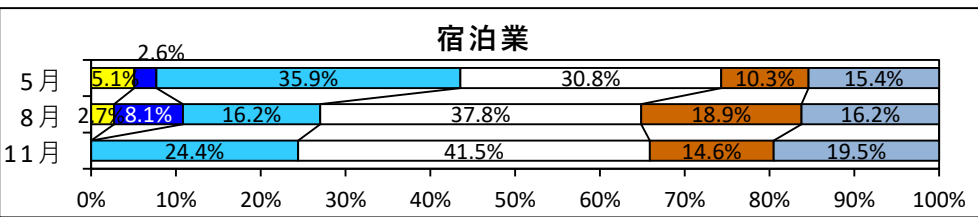
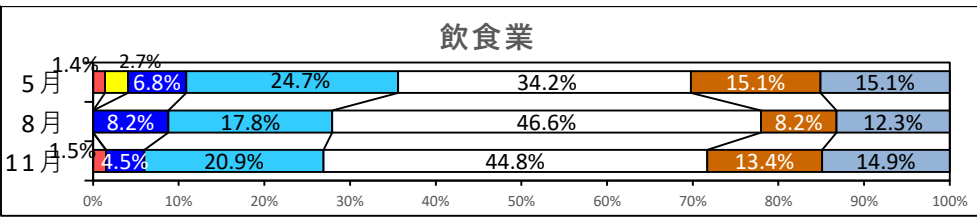
項目	飲食業	宿泊業	サービス業	小売業	卸売業	製造業	建設業	運輸業	その他	合計
①81～100%減	1	0	1	0	0	0	1	0	0	3
②61～80%減	0	0	1	0	1	1	0	0	0	3
③41～60%減	3	0	3	2	1	6	1	0	1	17
④21～40%減	14	10	14	16	4	6	14	7	6	91
⑤0～20%減	30	17	28	53	13	30	28	11	13	223
⑥コロナ前同月と比べて変化していない	9	6	13	10	6	15	17	6	10	92
⑦コロナ前同月比増	10	8	7	10	5	15	7	6	4	72
合計	67	41	67	91	30	73	68	30	34	501





# Q6 貴社では、令和5年11月の売上が、コロナ前の同月と比較してどう変化しましたか【業種別推移】

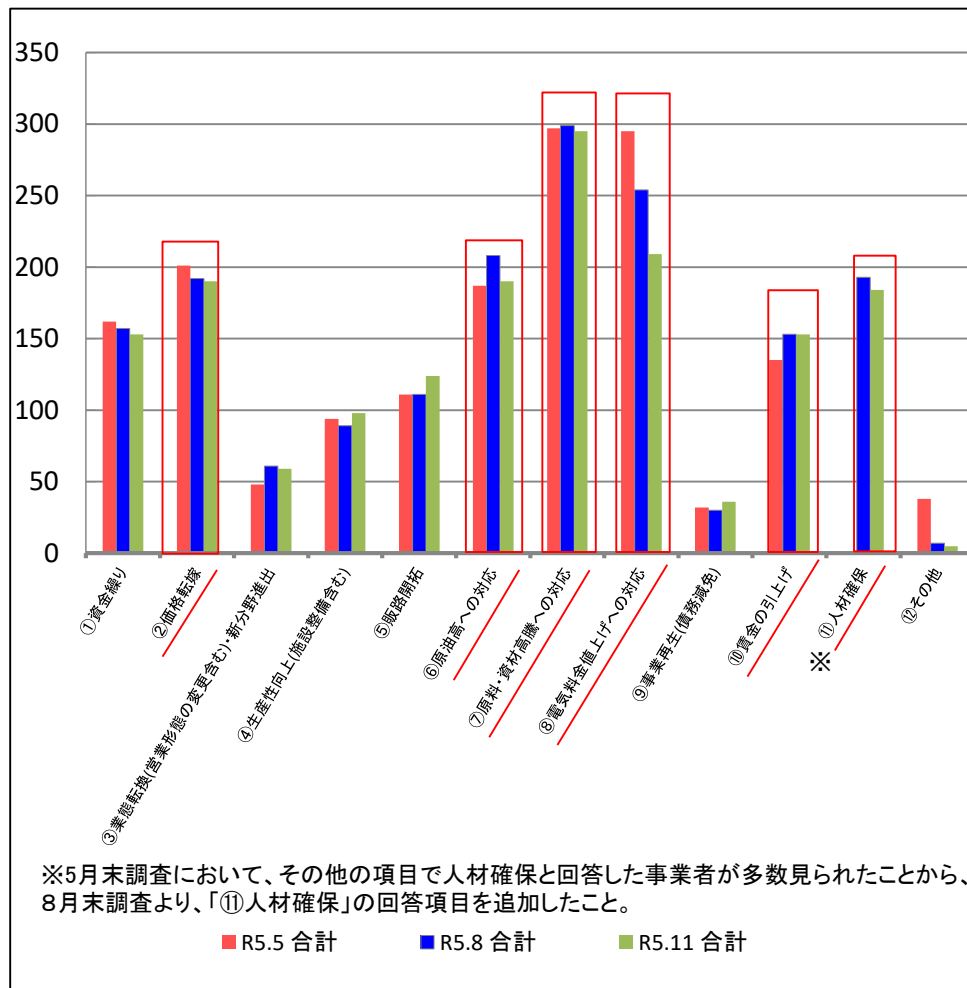
■ ①81～100%減 ■ ②61～80%減 ■ ③41～60%減 ■ ④21～40%減 □ ⑤0～20%減 ■ ⑥コロナ前同月と比べて変化していない ■ ⑦コロナ前同月比増



# Q7 現在の経営課題についてお聞かせください(複数回答可)

- 1 全体として、「⑦原料・資材高騰への対応」が56.8%、「⑧電気料金値上げへの対応」が40.3%、「原油高への対応」が36.6%となっており、物価高騰等の影響を経営課題としている事業者が多い状況にある。なお、「⑧電気料金値上げへの対応」は、前回47.2%から6.9ポイント減少し、一部改善傾向にある。
- 2 「⑪人材確保」が35.5%、「⑩賃金の引上げ」も29.5%と高い割合となっており、人材確保、賃上げへの対応も事業者にとって課題となっている状況にある。
- 3 「②価格転嫁」が36.6%であり、物価高騰や賃上げを背景とした適切な価格転嫁が課題となっている。

項目	全体	飲食業	宿泊業	サービス業	小売業	卸売業	製造業	建設業	運輸業	その他
①資金繰り	153 29.5%	27 39.7%	15 35.7%	15 21.4%	33 35.9%	11 36.7%	20 26.7%	16 22.9%	8 25.8%	8 19.5%
②価格転嫁	190 36.6%	34 50.0%	12 28.6%	23 32.9%	29 31.5%	12 40.0%	34 45.3%	28 40.0%	12 38.7%	6 14.6%
③業態転換(営業形態の変更含む)・新分野進出	59 11.4%	5 7.4%	3 7.1%	9 12.9%	13 14.1%	3 10.0%	7 9.3%	5 7.1%	7 22.6%	7 17.1%
④生産性向上(施設整備含む)	98 18.9%	6 8.8%	7 16.7%	8 11.4%	9 9.8%	4 13.3%	36 48.0%	16 22.9%	4 12.9%	8 19.5%
⑤販路開拓	124 23.9%	10 14.7%	9 21.4%	26 37.1%	24 26.1%	8 26.7%	27 36.0%	9 12.9%	5 16.1%	6 14.6%
⑥原油高への対応	190 36.6%	24 35.3%	23 54.8%	21 30.0%	24 26.1%	9 30.0%	27 36.0%	29 41.4%	22 71.0%	11 26.8%
⑦原料・資材高騰への対応	295 56.8%	50 73.5%	27 64.3%	27 38.6%	38 41.3%	15 50.0%	59 78.7%	50 71.4%	12 38.7%	17 41.5%
⑧電気料金値上げへの対応	209 40.3%	38 55.9%	32 76.2%	19 27.1%	39 42.4%	6 20.0%	33 44.0%	18 25.7%	8 25.8%	16 39.0%
⑨事業再生(債務減免)	36 6.9%	8 11.8%	2 4.8%	6 8.6%	3 3.3%	3 10.0%	7 9.3%	4 5.7%	2 6.5%	1 2.4%
⑩賃金の引上げ	153 29.5%	16 23.5%	19 45.2%	24 34.3%	24 26.1%	5 16.7%	22 29.3%	24 34.3%	10 32.3%	9 22.0%
⑪人材確保	184 35.5%	18 26.5%	18 42.9%	23 32.9%	19 20.7%	6 20.0%	26 34.7%	41 58.6%	18 58.1%	15 36.6%
⑫その他	5 1.0%	0 0.0%	1 2.4%	0 0.0%	1 1.1%	0 0.0%	1 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	2 4.9%
合計	1,696	236	168	201	256	82	299	240	108	106



※回答割合の分母は、回答事業者の合計(Q1の表)であるもの。

## Q8 その他自由記載欄

### 【主な意見等】

① 飲食業	・2023年12月31日をもって閉店します。
	・人手が無いため予約を取れない
	・10月までは前年比売上増だったが11月減少した
	・7月8月の猛暑で体をこわし大変でしたが今はすっかり回復し、やる気がわく様になりましたが、道の駅のレストランを11月30日でやめる事にしました。あとは産直の方に力を入れていきたいと思って居ります。
	・入院した為休業した日がある
	・2店舗目の開業により、債務の増、売上高の増となっている。
	・コロナ前と同じ位の売上ですが、全ての物が上がっているため利益は”減”です。
	・一部メニューの価格見直しを行いましたが高騰が収まらないため、もう一度見直し予定ですが客離れが心配です。
	・個人商店の経営環境が厳しいと感じる。
	・仕事を続けていく上で厳しくなってます。※電気代、ガス代他

## Q8 その他自由記載欄

②宿泊業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・紅葉のお客様でおかげさまで10月は前年度で同じ位の人数でした。11月は天候も良くない(雪の日)があった為、前年より低調です。12月も毎年課題の月なので、良くないと思っています。1月～2月はインバウンドの予約が今年は割に入っているため、人材を確保して体制をととのえたいと思っています。</li> </ul>
③サービス業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コマーシャル放送料金は価格上乘せなどは不可能。逆に安く買われて、負のスパイラルに落ち込むだけとなる。物価高騰やエネルギー価格ではないがインボイス対応などで経理処理の人件費苦勞がとても大きい。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インボイス登録も行いました。税負担も増え今後は不安です。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インボイススタートで不安感が増加している。</li> </ul>
④小売業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今月は大きな取引があったので15%up。インフルエンザの流行により子どもが来ない。マスクも取れず、化粧品が売れない。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新たな取組で売上げは増加しているが、利益確保が課題。</li> </ul>
⑤卸売業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2年続けての天候不順の影響が大きい。更に来年からの2024年問題への対応についても急務である。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原油高で販路開拓もできない。</li> </ul>
⑥製造業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・売上がアップしても利益はダウンしている。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・人口減少に伴う事業継続が不安である。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・これからの木製品製造業界は、どうなっていくのか？</li> </ul>

## Q8 その他自由記載欄

⑦建設業	<p>・昨今の物価高原油高等については事業への影響のみならず、社員の生活への影響も多大である。人件費ベースアップをしても価格高騰に追いついていかない。</p> <p>・ウェブで回答できるようにしていただきたい。</p> <p>・仕入材の値上がりが続き坪単価の上りで客との契約が大変です。</p> <p>・価格転嫁の事がよく話題になりますが、民間というより公共の工事の方が、それが「できない感」が大きいです。県の仕事は特にそれが感じられます。そもそも大企業(岩手県は大きな企業も全国的に見れば中企業、うちは小企業なのです)が中心の考え方から調査等もはじまっているようで…。</p>
⑧運輸業	<p>・エネルギー価格物価高騰の影響が大である。コロナ後は生活様式の変化で、コロナ前の状態には戻っていき厳しい状態。</p> <p>・大手のDM配送業務委託が来年1月末でなくなることが死活問題。</p> <p>・原料資材高騰により、消費者が買い控え等必要最小限の生活をしている。12月は年金支給日に少し期待している。</p>
⑨その他	<p>・エネルギー価格、物価高騰等によって当行への直接的な影響は少ないものの、当行取引先企業への影響は確認しており、継続的に支援していく。</p> <p>・ソフトウェア関連機器の結露防止で、常時空調(温度湿度)を管理運転をする事が増えている。冬期になり、灯油の価格も非常に気になってきている。エネルギー対策用の助成金たいへん感謝いたしております。引き続きよろしく願いいたします。</p>

エネルギー価格・物価高騰に伴う事業者の影響調査票（令和5年11月分）

いつも本調査に御協力いただきありがとうございます。国や県の支援策については、県のホームページに掲載しておりますので、御確認願います。

中小企業者 岩手県 支援策

検索

【岩手県商工労働観光部経営支援課】

令和5年 月 日

〇〇商工会議所（〇〇商工会） 行

企業名： \_\_\_\_\_ 担当者名： \_\_\_\_\_

Q1 貴社の業種を教えてください

- ① 飲食業 ② 宿泊業 ③ サービス業 ④ 小売業 ⑤ 卸売業  
⑥ 製造業 ⑦ 建設業 ⑧ 運輸業 ⑨ その他

Q2 エネルギー価格・物価高騰等による貴社の経営への影響はありますか

（1つ選択の上、○をつけてください）

- ① 影響が継続している ② 影響はあったが収束した ③ 今後、影響がでる可能性がある  
④ 分からない ⑤ 影響はない

Q3 貴社では、令和5年11月の売上原価は、前年の同月と比較して増加していますか

（1つ選択の上、○をつけてください）

- ① 0～20%増 ② 21～40%増 ③ 41～60%増 ④ 61～80%増 ⑤ 81～100%増  
⑥ 前年同月比減（ %） ⑦ 前年同月と比べて変化していない

Q4 貴社では、必要な価格転嫁をできていますか（1つ選択の上、○をつけてください）

- ① 転嫁できている ② あまり転嫁できていない ③ ほとんど転嫁できていない

Q5 貴社では、債務の過剰感を感じていますか（1つ選択の上、○をつけてください）

- ① コロナ前（概ね令和2年1月以前）から過剰感がある  
② コロナ後（概ね令和2年2月以降）に過剰となった  
③ コロナ前は過剰感があったが、コロナ後に解消した ④ コロナ前もコロナ後も過剰感はない

Q6 貴社では、令和5年11月の売上が、コロナ前の同月と比較してどう変化しましたか

（1つ選択の上、○をつけてください）

- ① 0～20%減 ② 21～40%減 ③ 41～60%減 ④ 61～80%減 ⑤ 81～100%減  
⑥ コロナ前同月比増（ %） ⑦ コロナ前同月と比べて変化していない

Q7 現在の経営課題についてお聞かせください（複数回答可）

- ① 資金繰り ② 価格転嫁 ③ 業態転換（営業形態の変更含む）・新分野進出  
④ 生産性向上（施設整備含む） ⑤ 販路開拓 ⑥ 原油高への対応  
⑦ 原料・資材高騰への対応 ⑧ 電気料金値上げへの対応  
⑨ 事業再生（債務減免） ⑩ 賃金の引上げ ⑪ 人材確保  
⑫ その他（ ）

Q8 その他自由記載欄

※本調査の集計結果については、  
こちらからご覧いただけます。



※ ご協力ありがとうございました。この調査に係る個人情報については、本調査以外の目的には使用いたしません。

※ QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です。