

最近の企業動向等 に関する実態調査



設問 1 現在直面している経営課題

設問 2 企業理念の内容・活用場面

設問 3 賃上げの実施状況及び課題

設問 4 G X や脱炭素経営に対する意識・
取組内容及び課題

2024年 2 月
衆議院調査局 経済産業調査室

はじめに

衆議院調査局経済産業調査室では、経済産業委員会における議案審査及び立法調査活動に資するべく、2003年度から毎年、我が国企業を対象としたアンケート調査を実施しています。

今回は、①企業が現在直面している経営課題、②企業理念の内容・活用場面、③賃上げの実施状況及び課題、④GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題の各テーマに着目して調査を行いました。

本調査には毎年多くの企業から回答をいただいております。調査にご協力いただいた企業の皆様に感謝申し上げます。本資料が、経済産業政策に関わる議員の立法・調査活動や今後の研究活動の一助となれば幸いです。

衆議院調査局 経済産業調査室長 藤田和光

目 次

調査要領	- 4 -
回答企業の属性	- 5 -
設問票	- 6 -
調査結果の概要	- 9 -
設問1 現在直面している経営課題	- 11 -
(1) 全企業	- 12 -
(2) 企業規模別	- 16 -
(3) 業種別	- 19 -
(4) 地域別	- 21 -
(5) その他の回答	- 23 -
設問2 企業理念の内容・活用場面	- 27 -
(1) 全企業	- 28 -
(2) 企業規模別	- 30 -
(3) 業種別	- 32 -
(4) 企業理念の内容と活用場面の関係	- 36 -
設問3 賃上げの実施状況及び課題	- 39 -
(1) 全企業	- 40 -
(2) 企業規模別	- 41 -
(3) 業種別	- 42 -
(4) 何らかの形で賃上げを実施した企業の手段別の割合	- 44 -
(5) 賃上げに向けた課題（自由記入形式）	- 46 -
① 自社の取組に関する課題	- 48 -
(i) 売上等に関する課題（売上・利益、原資不足、業績・業況、単価 の引上げ・価格転嫁等）	- 48 -
(ii) 経費に関する課題（原材料費・エネルギー価格のコスト増等）	- 59 -
(iii) 人件費に関する課題（適正な水準、賃上げの持続性、企業の給与 体系・評価体制の在り方等）	- 61 -
(iv) 経営改革に関する課題（生産性の向上、新規事業・業種転換、そ の他経営上の課題（資金繰り等）等）	- 66 -
② 制度的・社会的な課題	- 70 -

(i) 制度に関する課題（税・社会保険料、最低賃金、年収の壁、働き方改革等）	- 70 -
(ii) 社会・経済情勢や社会構造に関する課題（人手不足、物価高騰、地域間・企業規模格差等）	- 74 -
(iii) 国の支援・関与の在り方（支援策、賃上げ要請等）	- 78 -
③ その他	- 82 -
（補論）「現在直面している経営課題」（設問 1）と「賃上げの実施状況」（設問 3）の関係	- 85 -
（補論）「企業理念の内容」（設問 2）と「賃上げの実施状況」（設問 3）の関係	- 87 -
設問 4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題	- 89 -
(1) 全企業	- 90 -
(2) 企業規模別	- 91 -
(3) 業種別	- 92 -
(4) 地域別	- 94 -
(5) GXや脱炭素経営に対する取組内容と課題（自由記入形式）	- 95 -
① 「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」と回答した企業	- 96 -
② 「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」と回答した企業	- 100 -
③ 「どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」と回答した企業	- 107 -
④ 「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」と回答した企業	- 111 -
⑤ 「どちらともいえない」と回答した企業	- 114 -
⑥ 「分からない」と回答した企業	- 118 -
（補論）「企業理念の内容」（設問 2）と「GXや脱炭素経営に対する意識」（設問 4）の関係	- 119 -

調査要領

- ・株式会社帝国データバンク「TDB景気動向調査」を活用

(※) 「TDB景気動向調査」とは、国内景気の実態把握を主目的として、各業界の企業活動全般に関する調査項目について、全国2万6千社以上を対象にインターネットを活用して毎月実施されている統計調査である。

(※) 「TDB景気動向調査」の調査先企業は、全国全業種、全規模を対象としているが、調査協力の承諾が得られた企業が調査先となっていること等から、業種等の属性に偏差がある。

- ・企業の意識調査（アンケート調査）

調査実施期間：2023年11月16日～30日

調査方法：インターネット調査

調査対象企業数：2万6,972社

有効回答企業数：1万1,361社※

回答率：42.1%

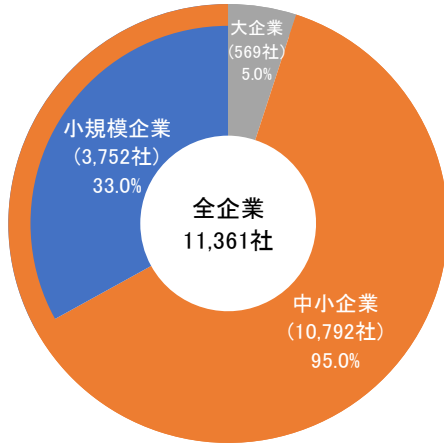
- ・質問項目

- 1) 現在直面している経営課題
- 2) 企業理念の内容・活用場面
- 3) 賃上げの実施状況及び課題
- 4) GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

※ 本稿において「有効回答企業」とは、当室が設定した設問のうち、いずれかの設問に回答した企業をいう。

回答企業の属性

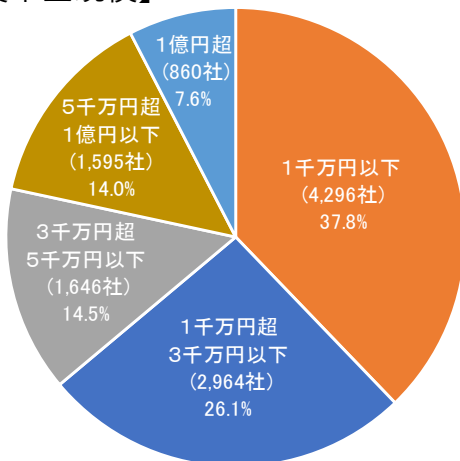
【企業規模】



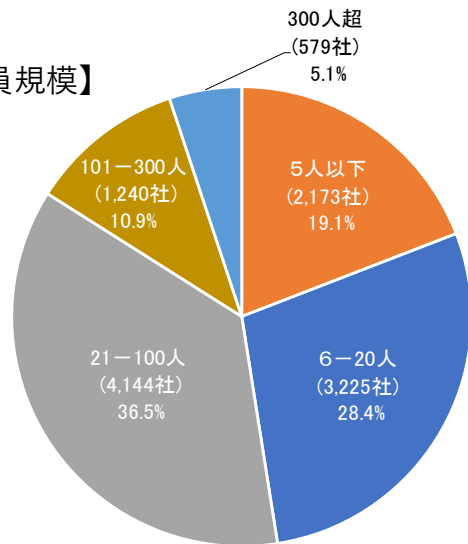
(注) 本報告書の中での企業規模の分類は、中小企業基本法(第2条第1項及び第5項)に基づく。ただし、分析において「中小企業」からは「小規模企業」を除いている。

業種	中小企業 (下記のいずれかを満たすこと)		うち 小規模企業
	資本金	常時雇用する 従業員	常時雇用する 従業員
①製造業・建設業・運輸業・その他の業種(②～④を除く)	3億円以下	300人以下	20人以下
②卸売業	1億円以下	100人以下	5人以下
③サービス業	5,000万円以下	100人以下	5人以下
④小売業	5,000万円以下	50人以下	5人以下

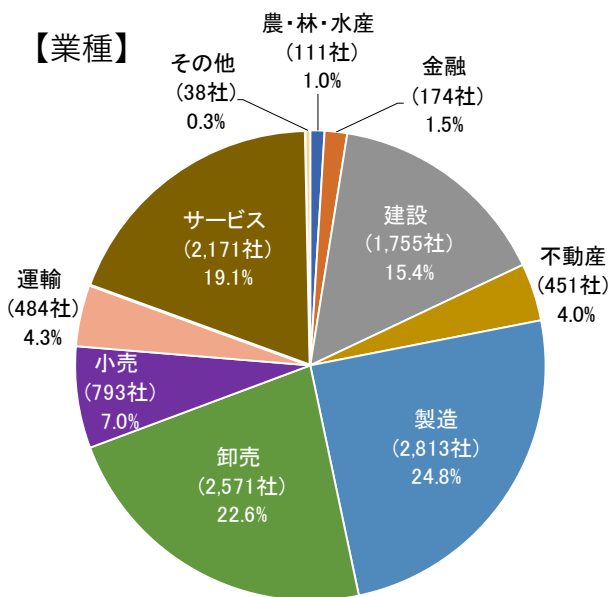
【資本金規模】



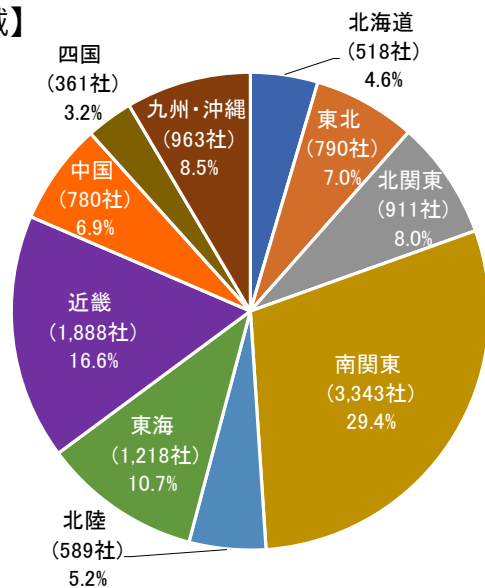
【従業員規模】



【業種】



【地域】



(注) 本稿においては、構成比は小数点第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

設問票

1. 現在直面している経営課題について、以下の中から大きな順に1位から3位まで順位をつけてください。

※現在直面している経営課題がない場合は、末尾の「特にない」を選択してください。

- ① 売上高の低迷
- ② 原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇
- ③ サプライチェーンの見直し
- ④ 資金繰り・財務体質の強化
- ⑤ 新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築
- ⑥ デジタル化・オンラインの活用
- ⑦ 脱炭素化への対応
- ⑧ 新商品・新サービスの開発
- ⑨ 営業・マーケティング体制の強化
- ⑩ 事業の承継
- ⑪ 海外への事業展開
- ⑫ 生産能力（設備）の不足・老朽化
- ⑬ 人件費の上昇
- ⑭ 人材の強化（採用・育成等）
- ⑮ 多様な働き方への対応・労務管理
- ⑯ CSR（企業の社会的責任）・SDGs（持続可能な開発目標）等に向けた取組
- ⑰ インボイスへの対応
- ⑱ その他

※下の自由記入欄へのご記入をお願いします（全角300文字まで、未記入可）

- ⑲ 特にない

2. 貴社が掲げている企業理念（「経営理念」「社是」「社訓」「ビジョン」など）についてお伺いします。

(1) 貴社が「経営理念」「社是」「社訓」「ビジョン」などの形で明文化している企業理念には、どのような内容が含まれていますか？以下の中から近いものをすべて選択してください。（複数回答可）

※企業理念はあるが明文化していない場合は「⑧企業理念はあるが、明文化していない」のみを、企業理念がない場合は「⑨企業理念はない」のみを選択してください。

- ① 貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関する事
- ② 貴社が生み出す製品やサービスの内容・質に関する事
- ③ 貴社の利益の向上（売上高の向上、コストの削減など）に関する事
- ④ 顧客の利益の向上（顧客の満足、幸福、利便性など）に関する事
- ⑤ 貴社が実現したい社会像、未来像に関する事
- ⑥ 貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関する事
- ⑦ その他

※下の自由記入欄へのご記入をお願いします（全角 300 文字まで、未記入可）

- ⑧ 企業理念はあるが、明文化していない
- ⑨ 企業理念はない
- ⑩ 分からない

(2) 上記(1)で①～⑦を選択した方にお伺いします。貴社が「経営理念」「社是」「社訓」「ビジョン」などの形で明文化している企業理念は、どのような場面で活かされていると感じますか？以下の中から近いものをすべて選択してください。（複数回答可）

- ① 従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている
- ② 経営陣の意思決定における指針となっている
- ③ 求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている
- ④ 取引機会や売上の増加・拡大につながっている
- ⑤ 金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい
- ⑥ 株主・投資家への説明がしやすい
- ⑦ 地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている
- ⑧ その他

※下の自由記入欄へのご記入をお願いします（全角 300 文字まで、未記入可）

- ⑨ 特に活かされていると感じる場面はない
- ⑩ 分からない

3. 貴社における賃上げの実施状況と課題についてお伺いします。

(1) 過去1年以内に賃上げを実施しましたか。当てはまるものを以下からすべて選択してください。（複数回答可）

※賃上げを実施していない場合は、「賃上げを実施していない」のみを選択してください。

- ① 定期昇給を実施した
- ② ベースアップを実施した
- ③ 賞与・一時金・手当の新設・増額を行った
- ④ 賃上げを実施していない
- ⑤ 分からない

(2) 賃上げに向けた課題について、具体的にご記入ください。

※下の自由記入欄へのご記入をお願いします（全角300文字まで、未記入可）

4. 経済・社会全体の課題としてGX（グリーン・トランスフォーメーション）の重要度が昨今増している中で、企業に対しても脱炭素経営の取組が求められるようになってきています。そこで、脱炭素経営に対する貴社の意識及び具体的取組についてお伺いします。

※GXとは、「温室効果ガスの排出量削減と経済成長の両立に向けて、経済・社会システムを変革する取組」を指します。

※脱炭素経営とは、「気候変動対策（≒脱炭素）の視点を織り込んだ企業経営」を指します。

(1) GXや脱炭素経営に対する貴社の意識として、最も近いものを1つだけ選択してください。（複数回答不可）

- ① 期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている
- ② どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている
- ③ どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている
- ④ 効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている
- ⑤ どちらともいえない
- ⑥ 分からない

(2) GXや脱炭素経営に対して貴社が実施している取組内容と課題について、具体的にご記入ください。

※下の自由記入欄へのご記入をお願いします（全角300文字まで、未記入可）

調査結果の概要

設問 1 直面する経営課題：原材料費等の高騰が3年連続で最多(p11～)

- 最多の経営課題は、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」で、2021年度調査から3年連続して5割を超える企業が回答した。次いで高い回答割合となったのは、「人材の強化（採用・育成等）」「売上高の低迷」であった。
- 企業規模別に見ると、「売上高の低迷」「資金繰り・財務体質の強化」「事業の承継」「インボイスへの対応」は、企業規模が小さいほど回答割合が高かった。
- 業種別に見ると、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」については、いずれの業種においても昨年度と比較して低下した。他方、「人件費の上昇」については、いずれの業種においても昨年度と比較して上昇した。

設問 2 企業理念の内容・活用場面：8割近くが明文の企業理念あり、活用場面はモチベーション向上・業務円滑化が最多(p27～)

- 明文の企業理念がある企業は8割近くに上り、その具体的内容としては、「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関すること」が最多であった。
- 明文の企業理念がある企業のうち、何らかの場面において企業理念が活かされていると感じている企業は9割近くに上った。活用場面の具体的内容としては、「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」が最多であった。
- 企業規模別に見ると、明文の企業理念がある企業の割合は、企業規模が大きくなるほど高かった。業種別に見ると、金融業や製造業などにおいて、明文の企業理念がある企業の割合が相対的に高かった。
- 明文の企業理念の内容として、「実現したい社会像・未来像」や「社会的な存在意義、社会貢献」に関する選択肢を選んだ企業では、そうでない企業に比べて、「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチング」及び「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築」といった活用場面の回答割合が、10%ポイント以上高かった。

設問3 賃上げの実施状況及び課題：賃上げを実施した企業は8割を超えるも、賃上げに向けた課題は多岐にわたる（p39～）

- 過去1年以内に何らかの形で賃上げを実施した企業の割合は約85%となった。具体的な実施状況としては、「定期昇給の実施」が最多で、次いで、「ベースアップの実施」、「賞与・一時金・手当の新設・増額」となった。
- 企業規模別に見ると、何らかの形で賃上げを実施した企業の割合は、大企業及び中小企業では9割前後、小規模企業では約7割となった。
- 賃上げの手段別の割合を見ると、「定期昇給の実施」、「ベースアップの実施」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額」を全て選択した企業の割合は、企業規模が大きくなるほど高くなった。
- 賃上げに向けた課題（自由記入形式）については、売上の向上や利益の確保、適正な価格転嫁、給与体系の見直し、生産性の向上といった自社の取組に関する課題から、税・社会保険料の負担増や人手不足、物価高騰といった制度的・社会的な課題まで、多岐にわたる回答が寄せられた。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題：ポジティブな企業がネガティブを上回る（p89～）

- GXや脱炭素経営に対する企業の意識として、ポジティブに捉えている企業の割合（34.0%）がネガティブに捉えている企業の割合（23.8%）を上回った。また、どちらともいえない（23.9%）との回答も相当数に上った。
- 企業規模別に見ると、企業規模が大きくなるほど、ポジティブに捉えている企業の割合が高くなった。業種別に見ると、ポジティブに捉えている企業の割合は金融業が相対的に高く、ネガティブに捉えている企業の割合は運輸業や小売業が相対的に高かった。
- GXや脱炭素経営に対する具体的な取組内容及び課題について、自由記入形式で回答を求めたところ、照明のLED化、太陽光発電の導入、社用車のEV化、環境関連の認証制度等への参加、設備の更新等、多様な取組内容が見られた。

設問1 現在直面している経営課題

本調査を実施した2023年は、コロナ禍からの経済活動の正常化が進み、景気が緩やかに回復しつつある一方で、ロシアによるウクライナ侵略や円安の影響を受け、エネルギー価格や原材料価格の高騰が続いていた¹。また、同年は、企業において、物価上昇や人手不足などを背景に、高い水準の賃上げが見られた²。

本設問³では、企業によって多岐にわたる経営課題の中で、全体として現在どのような課題が大きく、対応の優先度が高いのかを把握するため、現在直面している経営課題として大きな順に第1位から第3位まで選択してもらった。

<調査結果のポイント>

- 回答割合が高い順に、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」(54.3%)、「人材の強化(採用・育成等)」(48.1%)、「売上高の低迷」(34.0%)となった。
- 企業規模別に見ると、「売上高の低迷」、「資金繰り・財務体質の強化」、「事業の承継」、「インボイスへの対応」といった項目は、企業規模が小さいほど回答割合が高かった。
- 業種別に見ると、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」については、農・林・水産業(71.2%)、製造業(69.4%)、運輸業(63.4%)などが高かったが、いずれの業種においても昨年度と比較して低下した。「人材の強化(採用・育成等)」は多くの業種で昨年度と比較して上昇し、建設業(63.5%)、金融業(55.7%)及びサービス業(54.8%)で5割超となった。また、昨年度と比較すると、「売上高の低迷」については多くの業種で低下し、「人件費の上昇」については全ての業種で上昇した。

¹ 調査が行われた2023年11月は、国内企業物価指数(2020年=100)が前年同月比0.3%上昇して119.5に、消費者物価指数(2020年=100、生鮮食品を除く総合)が前年同月比2.5%上昇して106.4になった。

² 日本労働組合総連合会「2023春季生活闘争第7回(最終)回答集計」(2023年7月5日)。また、独立行政法人中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」における全産業の従業員数過不足DI(「過剰」-「不足」)は、新型コロナウイルス感染症のため初めて緊急事態宣言が発出された2020年4-6月期が△1.1であったのに対し、2023年10-12月期は△23.2であり、不足感が強まっている。

³ 本設問は、2009年度から継続している調査項目だが、毎年内容を検討し、選択肢の文言変更や新たな項目の追加等を行っている。なお、昨年度及び今年度は必須回答ではなく任意回答となったため、「不回答」が発生している。

(1) 全企業

<図表1について>

- ・回答割合が高い順に、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」(54.3%)、「人材の強化(採用・育成等)」(48.1%)、「売上高の低迷」(34.0%)となり、昨年度と同様、これらの上位3項目が特に高かった。
- ・最も回答割合が高い「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇⁴」(54.3%)は、為替相場や原油価格の動向等により大きく変動する項目であり、昨年度よりも8.5%ポイント低下したものの、2021年度から3年連続して5割を超えており、高い水準が続いている。
- ・2番目に回答割合が高い「人材の強化(採用・育成等)」(48.1%)は、昨年度(46.1%)から微増している。
- ・3番目に回答割合が高い「売上高の低迷」(34.0%)は、2021年度(42.2%)、2022年度(35.7%)、2023年度(34.0%)と低下してきているが、引き続き上位3項目に入っている。
- ・前述のとおり高い水準の賃上げが見られる中、「人件費の上昇」(25.5%)は、昨年度(17.6%)から7.9%ポイントの上昇となった。
- ・他の多くの項目は、広く分散しているが、「営業・マーケティング体制の強化」(19.9%)、「資金繰り・財務体質の強化」(14.1%)、「事業の承継」(13.2%)、「新商品・新サービスの開発」(11.4%)の4項目で回答割合が1割を超えた。
- ・昨年度調査で新たに追加した項目である「インボイスへの対応」(9.6%)は、昨年度(10.1%)と同様に、1割程度の回答割合であった。

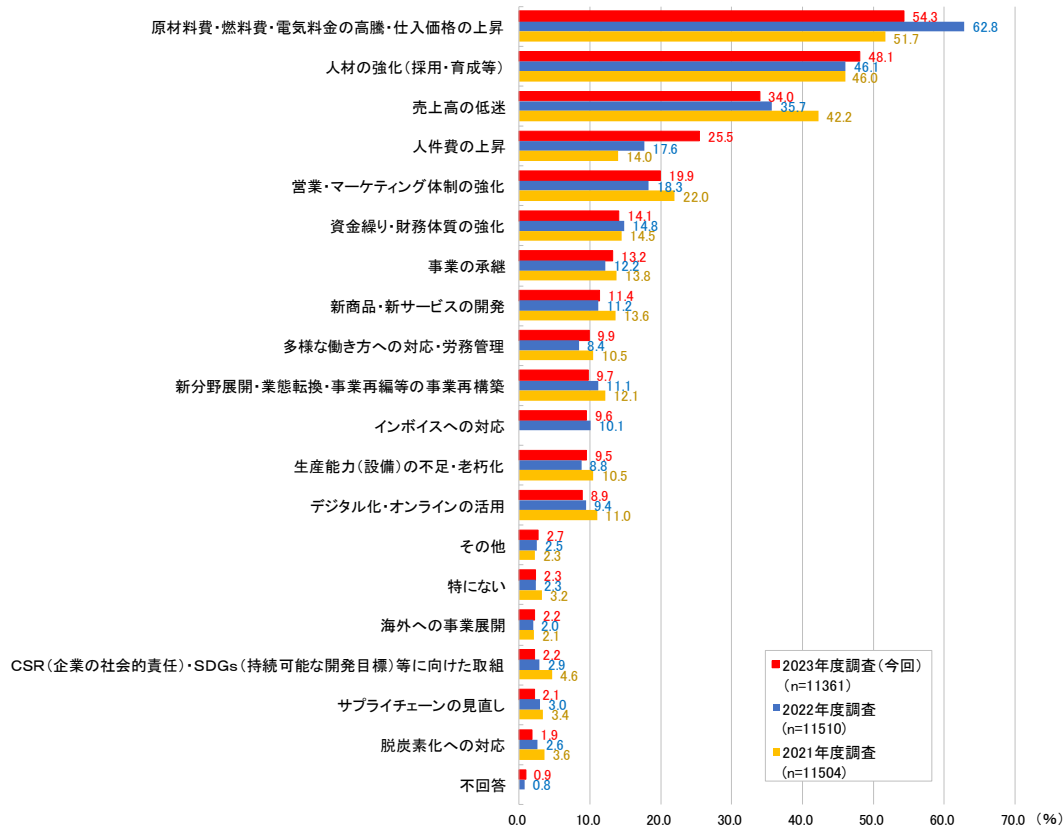
<図表2について>

- ・最大の経営課題である第1位のみの結果を見ると、昨年度と同様、回答割合が高い順に、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」(25.1%)、「売上高の低迷」(23.4%)、「人材の強化(採用・育成等)」(20.1%)となり、これらの上位3項目が突出して高かった。
- ・最も回答割合が高かった「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」(25.1%)は昨年度よりも10.9%ポイント低下し、3番目に高い回答割合となった「人材の強化(採用・育成等)」(20.1%)は昨年度よりも4.4%ポイント上昇した。
- ・「人件費の上昇」(5.0%)は、昨年度よりも2.5%ポイント上昇した。

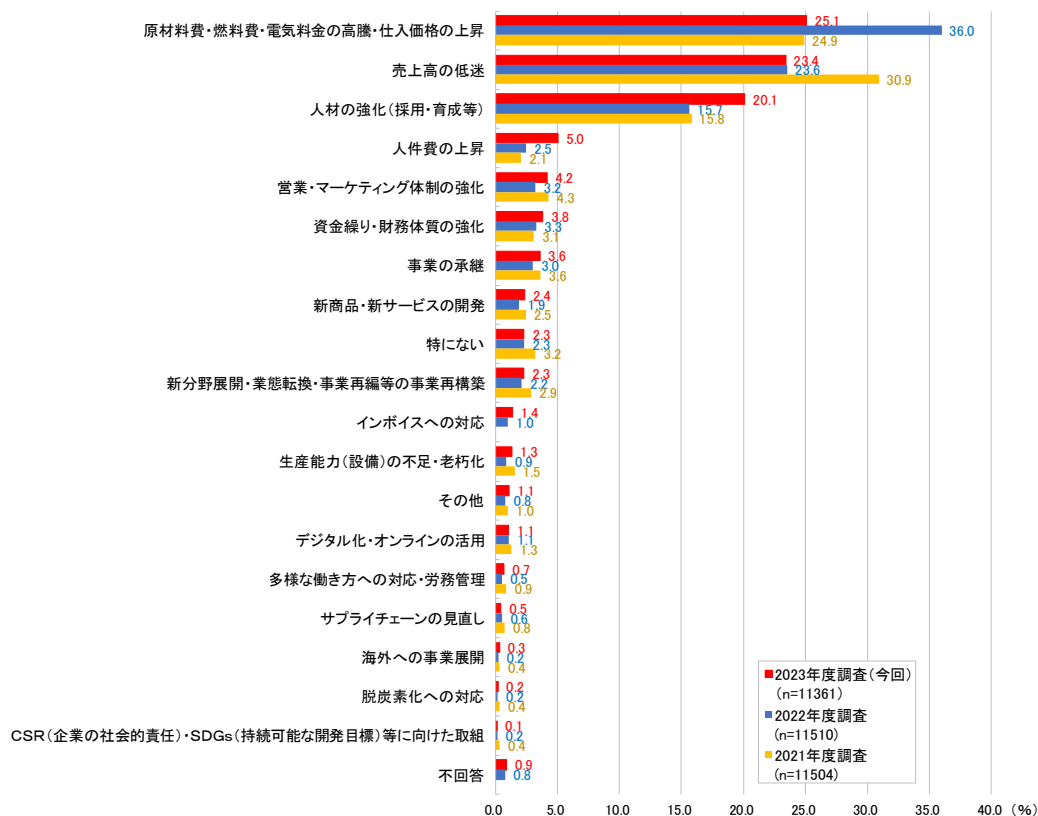
⁴ 「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」は、2018～2021年度調査では「原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇」と、2016～2017年度調査では「為替変動による原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇」として項目を立てていた。

設問1 現在直面している経営課題

図表1 現在直面している経営課題（全企業・第1位～第3位の合計）



図表2 現在直面している経営課題（全企業・第1位のみ）



設問1 現在直面している経営課題

(参考) 2016～2023年度の調査において多く選択された経営課題（全企業）

	2016年度調査 (n=10110)	2017年度調査 (n=10105)	2018年度調査 (n=9746)	2019年度調査 (n=10046)	2020年度調査 (n=11363)	2021年度調査 (n=11504)	2022年度調査 (n=11510)	2023年度調査 (n=11361)
1位	売上高の低迷 (民間需要の減退による) (39.2%)	人手不足 (49.7%)	人手不足 (47.2%)	人手不足 (42.7%)	売上高の低迷 (民間需要の減退による) (50.5%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (51.7%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (62.8%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (54.3%)
2位	人手不足 (37.1%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (30.8%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (31.6%)	売上高の低迷 (民間需要の減退による) (32.2%)	取引先(国内)からの受注減 (29.3%)	人材の強化(採用・育成等) (46.0%)	人材の強化(採用・育成等) (46.1%)	人材の強化(採用・育成等) (48.1%)
3位	営業・販売体制の強化、販路拡大 (33.6%)	売上高の低迷 (民間需要の減退による) (28.1%)	売上高の低迷 (民間需要の減退による) (24.9%)	働き方改革への対応 (28.0%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (23.3%)	売上高の低迷 (42.2%)	売上高の低迷 (35.7%)	売上高の低迷 (34.0%)
4位	熟練技能者・高度人材の高齢化／技能後継者の不足 (26.1%)	熟練技能者・高度人材の高齢化／技能後継者の不足 (25.7%)	働き方改革への対応 (22.3%)	人件費の上昇 (23.7%)	働き方改革への対応 (20.8%)	営業・マーケティング体制の強化 (22.0%)	営業・マーケティング体制の強化 (18.3%)	人件費の上昇 (25.5%)
5位	新商品・サービスの開発 (16.7%)	人件費の高騰 (21.2%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (22.3%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (22.8%)	人手不足 (20.4%)	資金繰り・財務体質の強化 (14.5%)	人件費の上昇 (17.6%)	営業・マーケティング体制の強化 (19.9%)

(注) 2020年度以前は経営課題としての優先順位を問わず最大3つまで選択する形式、2021年度以降は経営課題として大きな順に第1位から第3位まで優先順位を付ける形式であるが、本図表は、優先順位ではなく、多く選択された順（回答割合の高い順）に並べたものである。

設問1 現在直面している経営課題

(参考) 2016～2023年度の調査において多く選択された経営課題(企業規模別)

【大企業】

	2016年度調査 (n=735)	2017年度調査 (n=734)	2018年度調査 (n=686)	2019年度調査 (n=691)	2020年度調査 (n=661)	2021年度調査 (n=621)	2022年度調査 (n=605)	2023年度調査 (n=569)
1位	人手不足 (39.3%)	人手不足 (52.9%)	人手不足 (50.4%)	人手不足 (48.8%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (51.7%)	人材の強化(採用・育成等) (48.6%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (53.4%)	人材の強化(採用・育成等) (61.7%)
2位	営業・販売体制の強化、販路拡大 (35.9%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (35.7%)	働き方改革への対応 (34.1%)	働き方改革への対応 (39.4%)	働き方改革への対応 (30.6%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (38.8%)	人材の強化(採用・育成等) (50.6%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (45.9%)
3位	売上高の低迷(民間需要の減退による) (35.6%)	新商品・サービスの開発 (22.8%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (26.2%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (28.7%)	取引先(国内)からの受注減 (26.5%)	売上高の低迷 (33.7%)	売上高の低迷 (27.4%)	営業・マーケティング体制の強化 (25.0%)

【中小企業】

	2016年度調査 (n=6849)	2017年度調査 (n=6739)	2018年度調査 (n=6496)	2019年度調査 (n=6652)	2020年度調査 (n=7295)	2021年度調査 (n=7445)	2022年度調査 (n=7231)	2023年度調査 (n=7040)
1位	売上高の低迷(民間需要の減退による) (39.1%)	人手不足 (52.6%)	人手不足 (50.4%)	人手不足 (43.8%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (50.9%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (52.1%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (64.5%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (55.6%)
2位	人手不足 (38.8%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (32.1%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (32.2%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (31.9%)	取引先(国内)からの受注減 (29.6%)	人材の強化(採用・育成等) (48.7%)	人材の強化(採用・育成等) (50.6%)	人材の強化(採用・育成等) (52.4%)
3位	営業・販売体制の強化、販路拡大 (35.8%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (27.4%)	働き方改革への対応 (25.1%)	働き方改革への対応 (30.7%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (25.4%)	売上高の低迷 (41.1%)	売上高の低迷 (33.6%)	売上高の低迷 (32.5%)

【小規模企業】

	2016年度調査 (n=2526)	2017年度調査 (n=2632)	2018年度調査 (n=2564)	2019年度調査 (n=2703)	2020年度調査 (n=3407)	2021年度調査 (n=3438)	2022年度調査 (n=3674)	2023年度調査 (n=3752)
1位	売上高の低迷(民間需要の減退による) (40.5%)	人手不足 (41.3%)	人手不足 (38.3%)	人手不足 (38.3%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (49.3%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (53.0%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (61.2%)	原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇 (53.3%)
2位	人手不足 (31.6%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (31.3%)	原材料費・燃料費の高騰・仕入価格の上昇 (31.3%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (33.7%)	取引先(国内)からの受注減 (29.0%)	売上高の低迷 (46.2%)	売上高の低迷 (41.2%)	売上高の低迷 (38.2%)
3位	営業・販売体制の強化、販路拡大 (27.1%)	営業・販売体制の強化、販路拡大 (26.2%)	売上高の低迷(民間需要の減退による) (28.9%)	熟練技能者・高度人材の高齢化/技能後継者の不足 (21.1%)	人手不足 (20.5%)	人材の強化(採用・育成等) (39.6%)	人材の強化(採用・育成等) (36.4%)	人材の強化(採用・育成等) (37.9%)

(注) 2020年度以前は経営課題としての優先順位を問わず最大3つまで選択する形式、2021年度以降は経営課題として大きな順に第1位から第3位まで優先順位を付ける形式であるが、本図表は、優先順位ではなく、多く選択された順(回答割合の高い順)に並べたものである。

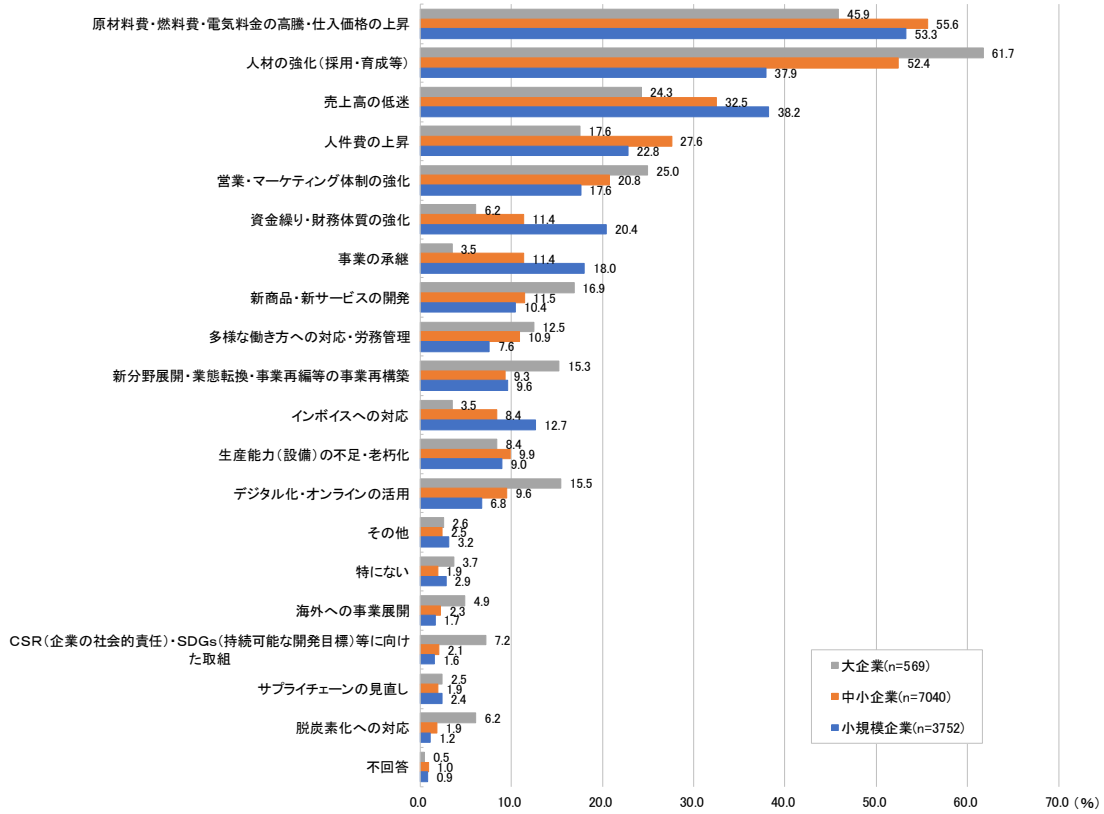
(2) 企業規模別

<図表3について>

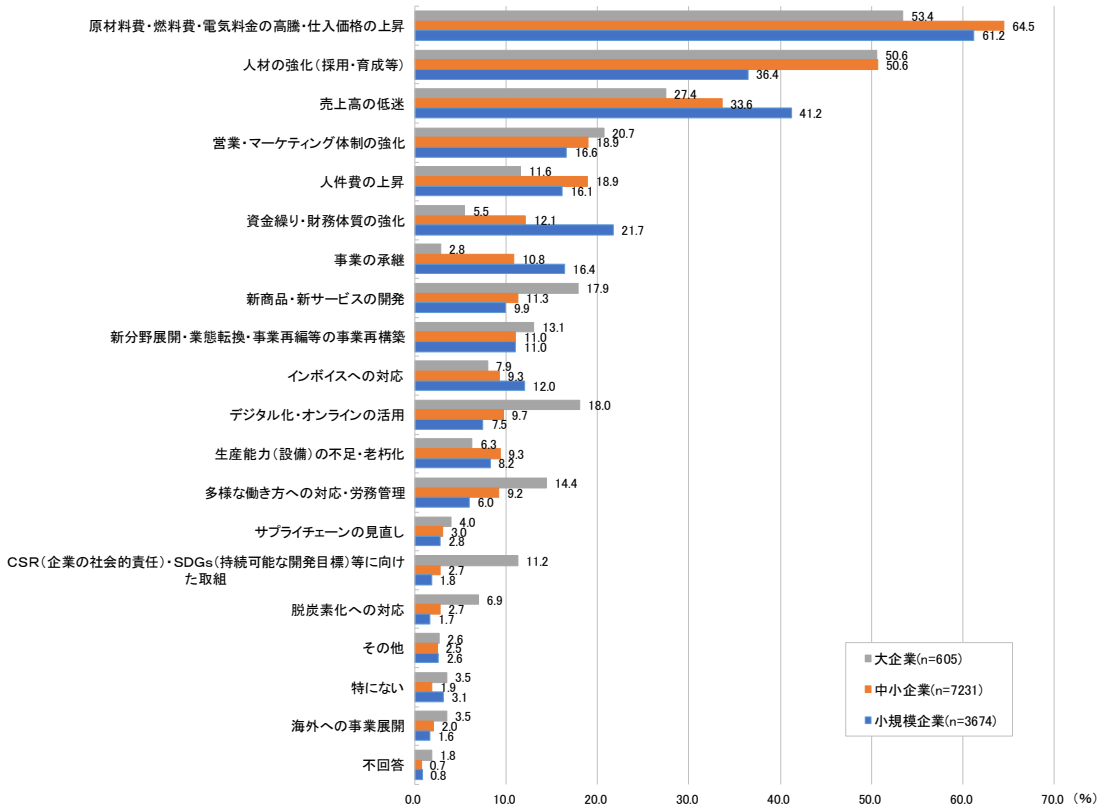
- ・回答割合が最も高かった項目は、大企業では「人材の強化（採用・育成等）」、中小企業及び小規模企業では「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」となった。昨年度は全ての企業規模で「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」の回答割合が最も高かったが、今年度は大企業と中小企業・小規模企業とで、回答割合が最も高い項目が分かれる結果となった。
- ・企業規模が大きくなるほど回答割合が高くなった項目は、「人材の強化（採用・育成等）」、「営業・マーケティング体制の強化」、「新商品・新サービスの開発」、「多様な働き方への対応・労務管理」、「デジタル化・オンラインの活用」、「海外への事業展開」、「CSR（企業の社会的責任）・SDGs（持続可能な開発目標）等に向けた取組」、「脱炭素化への対応」であった。
- ・上記のほか、中小企業及び小規模企業に比べて、大企業において回答割合が高かった項目は、「新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築」などであった。
- ・企業規模が小さくなるほど回答割合が高くなった項目は、「売上高の低迷」、「資金繰り・財務体質の強化」、「事業の承継」、「インボイスへの対応」であった。これらは昨年度と同様の傾向であり、小規模企業における構造的問題となっていることがうかがえる。
- ・上記のほか、大企業に比べて、中小企業及び小規模企業において回答割合が高かった項目は、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」や「人件費の上昇」などであった。

設問1 現在直面している経営課題

図表3 現在直面している経営課題（企業規模別・第1位～第3位の合計）



(参考) 昨年度の調査結果（企業規模別・第1位～第3位の合計）

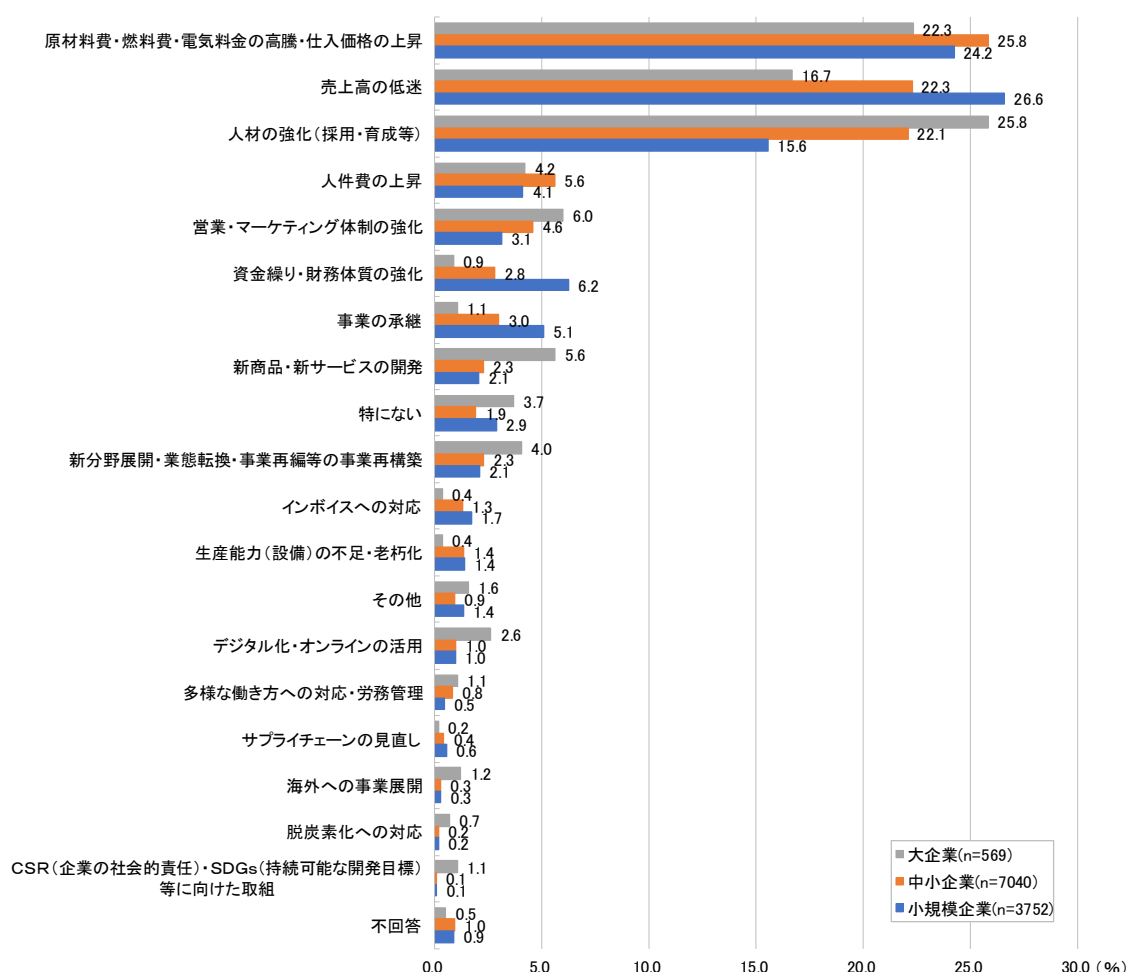


設問1 現在直面している経営課題

<図表4について>

- ・最大の経営課題である第1位のみの結果を見ると、回答割合が最も高かった項目は、大企業では「人材の強化（採用・育成等）」、中小企業では「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」、小規模企業では「売上高の低迷」となった。
- ・いずれの企業規模においても、「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」、「売上高の低迷」、「人材の強化（採用・育成等）」が回答割合の上位3項目となった。4番目に高い回答割合となった項目は、大企業では「営業・マーケティング体制の強化」、中小企業では「人件費の上昇」、小規模企業では「資金繰り・財務体質の強化」であった。

図表4 現在直面している経営課題（企業規模別・第1位のみ）



(3) 業種別

<図表5について>

- ・「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」については、昨年度と比較すると全ての業種で低下したが、農・林・水産業(71.2%)、製造業(69.4%)、運輸業(63.4%)などを中心に、多くの業種で引き続き高い回答割合となった。
- ・「人材の強化(採用・育成等)」については、昨年度と比較すると多くの業種で上昇した。昨年度と同様に、建設業(63.5%)、金融業(55.7%)及びサービス業(54.8%)で5割超となった。
- ・「売上高の低迷」については、昨年度と比較すると多くの業種で低下したが、小売業(46.4%)が最も高かった。
- ・「人件費の上昇」については、昨年度と比較すると全ての業種で上昇し、特に、運輸業(41.7%)、農・林・水産業(37.8%)、サービス業(33.3%)などで高い回答割合となった。
- ・「営業・マーケティング体制の強化」については、金融業(33.9%)、卸売業(27.8%)などで高い回答割合となった。
- ・「資金繰り・財務体質の強化」については、小売業(21.6%)が最も高かった。
- ・「事業の承継」については、不動産業(18.4%)が最も高かった。
- ・「新商品・新サービスの開発」については、卸売業(14.9%)が最も高かった。
- ・「多様な働き方への対応・労務管理」については、建設業(17.8%)や運輸業(16.3%)が高かった。
- ・「新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築」については、卸売業(11.1%)及び不動産業(11.1%)が最も高かった(その他の業種を除く)。
- ・「インボイスへの対応」については、不動産業(16.6%)が最も高かった。
- ・「生産能力(設備)の不足・老朽化」については、農・林・水産業(25.2%)や製造業(19.9%)が高かった。
- ・「デジタル化・オンラインの活用」については、金融業(27.0%)が最も高かった。

設問1 現在直面している経営課題

図表5 現在直面している経営課題（業種別・第1位～第3位の合計）

(96)

	農・林・水産 (n=111)	金融 (n=174)	建設 (n=175)	不動産 (n=451)	製造 (n=2813)	卸売 (n=2571)	小売 (n=793)	運輸 (n=484)	サービス (n=2171)	その他 (n=38)	全業種 (n=11361)
原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇	71.2	20.1	58.4	41.7	69.4	54.3	52.6	63.4	34.9	44.7	54.3
人材の強化(採用・育成等)	45.0	55.7	63.5	36.6	42.2	43.3	38.3	47.3	54.8	34.2	48.1
売上高の低迷	30.6	19.5	25.9	29.3	40.2	35.0	46.4	31.4	29.4	34.2	34.0
人件費の上昇	37.8	10.3	28.9	13.1	22.6	18.6	28.4	41.7	33.3	15.8	25.5
営業・マーケティング体制の強化	6.3	33.9	12.7	21.1	15.3	27.8	18.7	15.1	23.6	7.9	19.9
資金繰り・財務体質の強化	13.5	10.3	12.4	19.3	13.7	12.6	21.6	12.2	14.7	18.4	14.1
事業の承継	9.9	10.9	16.3	18.4	10.8	14.0	10.6	7.6	14.2	13.2	13.2
新商品・新サービスの開発	2.7	14.4	3.6	7.3	13.2	14.9	10.5	3.3	14.5	7.9	11.4
多様な働き方への対応・労務管理	10.8	9.8	17.8	6.0	6.0	7.7	6.9	16.3	11.6	5.3	9.9
新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築	6.3	9.2	6.0	11.1	9.8	11.1	9.8	8.3	11.0	15.8	9.7
インボイスへの対応	9.0	4.0	12.6	16.6	4.7	10.0	12.7	7.9	11.1	10.5	9.6
生産能力(設備)の不足・老朽化	25.2	6.3	5.4	5.3	19.9	6.5	4.7	7.4	5.8	7.9	9.5
デジタル化・オンラインの活用	3.6	27.0	9.2	10.2	6.5	9.7	9.7	8.3	9.3	15.8	8.9
その他	1.8	3.4	2.8	2.7	2.2	2.2	2.9	6.4	3.0	2.6	2.7
特になし	2.7	8.6	2.1	8.2	1.4	2.3	1.1	2.7	2.5	5.3	2.3
海外への事業展開	1.8	0.6	0.6	1.6	3.6	3.2	1.5	0.8	1.5	2.6	2.2
CSR(企業の社会的責任)・SDGs(持続可能な開発目標)等に向けた取組	2.7	7.5	2.8	1.8	1.8	2.3	1.1	1.7	2.1	2.6	2.2
サプライチェーンの見直し	0.0	1.1	1.3	2.2	3.1	2.9	1.8	1.4	1.1	0.0	2.1
脱炭素化への対応	1.8	2.9	1.2	1.3	3.1	1.5	3.4	1.9	0.7	0.0	1.9
不回答	1.8	2.9	0.5	2.2	0.5	1.1	1.3	0.6	0.9	7.9	0.9

(注) 最大3つまで選択可。赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

(参考) 昨年度の調査結果（業種別・第1位～第3位の合計）

(96)

	農・林・水産 (n=123)	金融 (n=171)	建設 (n=181)	不動産 (n=408)	製造 (n=2845)	卸売 (n=2689)	小売 (n=658)	運輸 (n=505)	サービス (n=2254)	その他 (n=41)	全業種 (n=11510)
原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇	76.4	22.8	66.0	46.3	81.8	66.7	62.3	71.7	35.5	48.8	62.8
人材の強化(採用・育成等)	41.5	54.4	60.0	33.1	41.1	39.7	34.2	48.7	53.6	48.8	46.1
売上高の低迷	33.3	17.0	32.3	32.4	37.1	35.4	48.0	32.9	36.3	26.8	35.7
営業・マーケティング体制の強化	8.1	28.7	12.9	20.8	12.7	25.3	17.2	10.9	22.8	9.8	18.3
人件費の上昇	22.0	5.3	17.6	12.0	15.9	11.5	25.8	32.7	23.2	7.3	17.6
資金繰り・財務体質の強化	21.1	14.0	13.4	21.1	13.1	14.9	17.2	18.8	15.1	9.8	14.8
事業の承継	7.3	5.8	15.4	17.9	9.9	11.9	11.7	5.9	14.1	7.3	12.2
新商品・新サービスの開発	4.1	14.0	2.9	8.3	12.0	14.4	9.1	3.6	16.0	14.6	11.2
新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築	5.7	11.7	8.3	10.8	10.8	12.5	10.9	9.3	13.0	9.8	11.1
インボイスへの対応	10.6	9.4	12.0	15.9	6.1	10.5	12.9	9.5	11.1	19.5	10.1
デジタル化・オンラインの活用	5.7	26.9	10.5	14.5	5.7	10.3	9.9	8.3	10.2	12.2	9.4
生産能力(設備)の不足・老朽化	19.5	1.8	6.0	5.6	18.7	5.5	4.7	6.1	4.9	4.9	8.8
多様な働き方への対応・労務管理	4.1	8.8	13.9	4.2	4.5	6.2	6.4	16.8	11.2	12.2	8.4
サプライチェーンの見直し	3.3	3.5	1.3	1.7	4.5	4.4	3.3	0.8	1.5	0.0	3.0
CSR(企業の社会的責任)・SDGs(持続可能な開発目標)等に向けた取組	2.4	7.6	1.8	2.2	3.2	3.7	2.7	2.4	2.4	2.4	2.9
脱炭素化への対応	4.1	4.7	1.7	1.7	4.6	2.1	3.8	3.0	1.0	0.0	2.6
その他	4.9	2.9	2.2	2.5	2.8	1.8	2.3	3.2	2.8	9.8	2.5
特になし	3.3	11.1	2.6	6.9	1.2	2.3	1.7	1.2	2.4	14.6	2.3
海外への事業展開	2.4	0.6	0.2	0.7	2.7	3.1	1.7	1.2	1.6	0.0	2.0
不回答	0.8	2.9	0.7	1.2	0.7	0.8	0.3	0.2	1.1	0.0	0.8

(4) 地域別

<図表6について>

- ・「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」については、昨年度と比較すると、全ての地域で低下した。北関東及び四国（ともに61.5%）が最も高く、南関東（48.0%）が最も低かった。
- ・「人材の強化（採用・育成等）」については、昨年度と比較すると、東北及び東海を除く全ての地域で上昇した。
- ・「売上高の低迷」については、東北（40.6%）が最も高く、九州・沖縄（28.2%）が最も低かった。
- ・「人件費の上昇」については、昨年度と比較すると、全ての地域で上昇した。
- ・「営業・マーケティング体制の強化」については、昨年度と比較すると、全ての地域で上昇した。

設問1 現在直面している経営課題

図表6 現在直面している経営課題（地域別・第1位～第3位の合計）

	北海道 (n=518)	東北 (n=790)	北関東 (n=911)	南関東 (n=3343)	北陸 (n=589)	東海 (n=1218)	近畿 (n=1888)	中国 (n=780)	四国 (n=301)	九州・沖縄 (n=963)	全地域 (n=11361)
原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇	59.5	57.3	61.5	48.0	59.3	57.9	53.4	58.8	61.5	52.2	54.3
人材の強化（採用・育成等）	50.8	46.1	47.6	48.5	49.7	44.7	46.2	52.1	48.5	50.8	48.1
売上高の低迷	33.4	40.6	37.8	32.5	35.5	34.4	34.9	34.0	30.5	28.2	34.0
人件費の上昇	29.2	27.8	25.7	23.9	27.7	26.6	23.7	25.6	23.0	28.6	25.5
営業・マーケティング体制の強化	14.9	17.5	16.7	22.1	17.7	19.6	21.8	18.8	17.5	20.0	19.9
資金繰り・財務体質の強化	13.3	15.1	14.3	15.1	12.1	13.7	13.5	13.8	12.7	13.9	14.1
事業の承継	15.1	14.3	12.8	14.4	11.0	12.2	12.9	11.8	12.5	11.9	13.2
新商品・新サービスの開発	8.7	6.3	8.7	13.3	11.4	11.3	13.8	10.6	10.8	9.2	11.4
多様な働き方への対応・労務管理	11.6	10.5	10.1	8.7	12.4	9.4	8.6	11.2	9.7	13.2	9.9
新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築	6.6	7.3	9.3	10.7	7.3	11.5	10.3	8.8	9.1	9.3	9.7
インボイスへの対応	8.9	8.9	8.6	10.3	8.5	8.1	9.7	8.5	8.6	12.3	9.6
生産能力（設備）の不足・老朽化	10.8	10.3	12.2	7.3	12.9	10.4	8.8	10.5	11.6	10.2	9.5
デジタル化・オンラインの活用	7.9	7.8	7.9	8.3	9.8	9.8	9.5	9.9	9.1	10.1	8.9
その他	2.7	3.0	3.1	3.2	1.4	2.1	2.8	1.7	2.2	2.9	2.7
特になし	2.7	2.5	1.2	2.8	2.7	2.1	1.6	1.9	2.5	2.9	2.3
海外への事業展開	0.4	0.8	1.6	2.9	1.0	2.6	3.0	1.9	1.9	1.6	2.2
CSR（企業の社会的責任）・SDGs（持続可能な開発目標）等に向けた取組	1.9	1.8	2.6	2.6	1.4	2.2	2.4	1.4	1.7	1.8	2.2
サプライチェーンの見直し	0.8	1.1	2.4	2.3	2.0	3.1	2.4	1.0	3.0	1.5	2.1
脱炭素化への対応	1.9	1.9	1.8	1.3	1.5	2.9	1.9	2.8	3.0	1.5	1.9
不回答	1.0	1.5	1.1	1.0	0.5	0.8	1.0	0.6	1.1	0.5	0.9

（注）最大3つまで選択可。赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

（参考）昨年度の調査結果（地域別・第1位～第3位の合計）

	北海道 (n=554)	東北 (n=760)	北関東 (n=859)	南関東 (n=3423)	北陸 (n=584)	東海 (n=1263)	近畿 (n=1996)	中国 (n=783)	四国 (n=381)	九州・沖縄 (n=907)	全地域 (n=11510)
原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇	67.7	67.5	71.1	55.4	69.5	66.0	63.5	64.1	68.5	62.5	62.8
人材の強化（採用・育成等）	49.5	48.7	44.9	45.1	48.5	45.0	44.9	47.9	43.8	48.6	46.1
売上高の低迷	34.7	38.6	34.6	35.9	38.9	37.7	33.6	36.4	31.0	35.2	35.7
営業・マーケティング体制の強化	13.0	15.0	16.6	21.5	16.6	16.0	19.0	18.0	17.1	17.1	18.3
人件費の上昇	23.3	20.3	20.4	16.1	17.0	17.6	16.8	16.5	17.1	19.0	17.6
資金繰り・財務体質の強化	13.9	16.1	15.6	16.1	13.9	15.4	13.7	14.3	11.8	12.8	14.8
事業の承継	13.4	11.4	11.5	13.5	9.8	11.9	11.2	12.1	11.8	12.3	12.2
新商品・新サービスの開発	7.0	6.3	6.6	13.6	10.4	10.3	14.2	9.7	12.3	8.9	11.2
新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築	8.7	11.1	8.1	11.7	10.1	11.5	11.8	11.4	12.9	11.2	11.1
インボイスへの対応	8.7	9.2	9.7	10.5	9.1	8.9	11.7	9.5	8.4	10.3	10.1
デジタル化・オンラインの活用	6.3	8.4	7.6	10.0	9.1	9.2	10.2	10.0	9.2	10.3	9.4
生産能力（設備）の不足・老朽化	9.7	8.4	12.0	6.8	13.4	9.4	8.3	10.3	12.1	7.8	8.8
多様な働き方への対応・労務管理	9.0	9.9	10.0	7.3	8.7	8.4	8.3	9.1	8.4	9.4	8.4
サプライチェーンの見直し	1.3	2.5	3.5	3.4	2.2	3.4	3.3	2.4	2.9	2.5	3.0
CSR（企業の社会的責任）・SDGs（持続可能な開発目標）等に向けた取組	2.2	2.6	3.1	3.1	2.4	2.9	3.0	1.7	3.4	3.5	2.9
脱炭素化への対応	2.9	1.7	3.1	2.1	3.1	4.3	2.5	2.6	3.7	1.8	2.6
その他	2.9	3.8	2.3	2.5	2.7	3.5	1.8	2.8	2.4	1.3	2.5
特になし	4.0	2.1	2.7	2.5	1.2	2.1	2.0	1.9	3.1	2.6	2.3
海外への事業展開	0.7	0.5	1.7	2.5	1.4	1.1	2.8	2.2	2.4	1.2	2.0
不回答	0.5	0.7	0.3	1.0	0.5	0.7	0.8	0.5	0.8	1.2	0.8

(5) その他の回答

本設問では、現在直面している経営課題について、「その他」を選択した企業を対象とした自由記入欄を設けている。以下は、主な内容を抜粋したものである⁵。

- ・人手不足。現状でも人手不足だが、インボイス制度、電子帳簿保存法への対応にますます人手が必要な状況。にもかかわらず採用困難。(中小企業/機械製造業)
- ・高齢化やコロナによる退職・転職や廃業など、取り巻く環境が昔とは変わってきた。にもかかわらず建設業界は若年層の入職者が少なく人手不足・人材不足が続いている。人が増えれば2024年問題も解決できるし、仕事の受注も増えて、もっとこなせて建築関係のコストも下がってくると思う。(小規模企業/建設業)
- ・技術者(職工)の県外流出。(中小企業/輸送用機械・器具製造業)
- ・地方部における人材不足。特に外国人材を雇用しても、都市部に持って行かれること。採用・育成コストばかりを要し、効果を生むまでに退職されてしまう。(小規模企業/飲食店)
- ・建設関係の労働者や技術者が大変不足しています。(小規模企業/建設業)
- ・若年者の採用と雇用の安定。(中小企業/建設業)
- ・国は労働時間短縮を言っているのに、事務処理(インボイス、電子帳簿保存法等)がどんどん増えていっている。人を増やすか、残業を増やすかの対応をしないと処理できない。(中小企業/建設業)
- ・建築作業員の海外研修生への依存に危機を感じる。今後の日本の建築業界を根本的に考えていかなければ。(小規模企業/建設業)
- ・人手不足のため、事業をこなすために労働時間が長くなってしまい、社員から不満が出てきている。この負のスパイラルを改善することが一番の課題。(中小企業/飲食料品卸売業)
- ・技術者などキーパーソンの高齢化。(中小企業/繊維・繊維製品・服飾品製造業)
- ・技能労働者の高齢化。(中小企業/建設業)
- ・人手不足。設備更新・修繕を依頼しても実施までに月日を要する。(中小企業/飲食料品・飼料製造業)
- ・建設業全体の人手不足・下請け不足。(小規模企業/建設業)
- ・人材の能力不足。業界的に高年齢化が進み若い人材が集まらない。たまにいても、採用側の責任もあるが、やる気・根気・能力が不足。(中小企業/飲食料品卸売業)
- ・採用・育成というよりも採用対象となる人自体が少ない。(中小企業/飲食料品卸売業)

⁵ 自由記入の表現は、できる限り原文のまま記載しているが、一部、原文の趣旨を損ねない範囲で修正しているところがある。

設問1 現在直面している経営課題

- ・20代・30代の若手の採用。人手不足。（中小企業／機械製造業）
- ・社員の定着、モチベーション維持。（中小企業／情報サービス業）
- ・キャッシュレス化の導入を予定しているが、それに伴うランニングコストをまかなう売上増をどのように行うかが課題。（中小企業／飲食店）
- ・事業のシステム化。（小規模企業／自動車・同部品小売業）
- ・工場を拡大するのに適した土地が見つからない。あっても非常に高額で採算が取れない。（中小企業／鉄鋼・非鉄・鋳業）
- ・DX推進による業務効率化・生産性の向上。（中小企業／金融業）
- ・経営課題の第一はハード、ソフト両面での将来に備えた設備・人材への投資です。先行き不透明な中、どこまでやるべきか、出来るのか悩ましいです。（中小企業／建材・家具、窯業・土石製品製造業）
- ・在宅勤務制度導入後の未知の課題対応（コミュニケーション、帰属意識など）。（中小企業／その他サービス業）
- ・IT分野に対するレベルアップ。（中小企業／情報サービス業）
- ・インボイス・アスベスト・アルコール・電帳法など、民間企業に課された規制に対応すること。（中小企業／家電・情報機器小売業）
- ・経営基盤の革新。（中小企業／その他サービス業）
- ・作業環境の改善（暑さ、粉じん、騒音）。（中小企業／鉄鋼・非鉄・鋳業）
- ・技術の継承。（中小企業／専門サービス業）
- ・新工場の検討。（中小企業／機械製造業）
- ・各種形式的コンプライアンスや、なんちゃってDXによる手続きコスト（手間）。（小規模企業／建設業）
- ・電帳法対応。（中小企業／機械・器具卸売業）
- ・在庫削減。（中小企業／機械・器具卸売業）
- ・運送業だが燃料費は高騰しているのに運賃が上がらない。（中小企業／運輸・倉庫業）
- ・部品の長納期化による部品在庫や仕掛品の増加。（大企業／メンテナンス・警備・検査業）
- ・一般消費者の低価格志向を見直させるべき。なんでもかんでも交渉すれば価格を下げられると勘違いしている。今、やたらと企業に対する不当な価格交渉をしていないか、役所が調査を実施しているが、一番執拗な減額交渉を要求してくるのは一般消費者。（小規模企業／建設業）
- ・賃貸マンションの入退去時期がコロナ以前と異なりバラつくようになり、空き室期間が長くなってきた。（小規模企業／専門サービス業）

設問1 現在直面している経営課題

- ・元請建設会社は仕入価格上昇に伴う価格転嫁への理解は示すものの、なかなか浸透しないため、利益確保が難しい状況。（中小企業／建設業）
- ・一部商品の入手が困難。（中小企業／機械・器具卸売業）
- ・漁獲資源・種類の減少。（中小企業／飲食料品卸売業）
- ・入学者の減少。（中小企業／教育サービス業）
- ・薬局。薬が届かない。（中小企業／医薬品・日用雑貨品小売業）
- ・価格転嫁。（中小企業／鉄鋼・非鉄・鋳業）
- ・部材の長納期化。注文してから納品されるまで1年以上かかる部材もある。コロナ前は1～2ヶ月程度の期間で済んでいた。（中小企業／電気機械製造業）
- ・納入先（大手メーカー）への値上要請。（中小企業／鉄鋼・非鉄・鋳業）
- ・金融機関の伴走支援がない。（小規模企業／運輸・倉庫業）
- ・自社株の評価減。（中小企業／機械・器具卸売業）
- ・債権回収方法のマニュアル化。（小規模企業／自動車・同部品小売業）
- ・借入金利の上昇。（小規模企業／不動産業）
- ・金利上昇への対応。（中小企業／金融業）
- ・為替の円安。（中小企業／繊維・繊維製品・服飾品卸売業）
- ・コロナ融資の返済がしんどい。（中小企業／旅館・ホテル業）
- ・店じまいの方法。（小規模企業／鉄鋼・非鉄・鋳業）
- ・社員の高齢化。小さい会社なので会社は締めたいと思います。（小規模企業／建設業）
- ・人口減少による地方経済の継続的縮小。（中小企業／紙類・文具・書籍卸売業）
- ・国際関係の不透明さと、国の方向性への不信感。（小規模企業／不動産業）
- ・マネロン・テロ資金供与対策。（小規模企業／金融業）
- ・顧客の経営悪化、2024年問題による物流不能。（中小企業／その他の卸売業）
- ・個人消費の低迷。（小規模企業／その他サービス業）
- ・社会保険料・労働保険料の負担増。（中小企業／運輸・倉庫業）
- ・人口減少と超高齢社会における業界自体の存続危機。（中小企業／娯楽サービス業）
- ・下請け企業の確保。（中小企業／繊維・繊維製品・服飾品製造業）
- ・相対的に若い人に活力が無い人が増えてきているので、若い人に活力の出る国策をお願いしたい。（中小企業／機械製造業）

設問2 企業理念の内容・活用場面

企業理念は、企業が進むべき方向や戦略を決定する際の当該企業固有の判断軸となるとされる⁶。近年では、自社の存在意義を明確にし、いかに社会に貢献するか（パーパス）を定め、それを経営の軸として事業を行う「パーパス経営」も注目を集めている⁷。

本設問では、企業理念（「経営理念」「社是」「社訓」「ビジョン」などの形で明文化されているもの）の内容と、企業理念が活かされていると感じている場面について、近いものを全て選択してもらった。

なお、企業理念が効果を発揮するには、「明確さ」（組織内できちんと理解されていること）と「共有」（組織成員が賛同し、組織に浸透していること）が求められるとされる⁸ことから、本調査においては、明文化された企業理念を分析対象とすることとした。

<調査結果のポイント>

- 明文の企業理念がある企業は76.8%で、その具体的内容としては、「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関すること」（45.9%）が最も高かった。
- 明文の企業理念がある企業のうち、何らかの場面において企業理念が活かされていると感じている企業は87.7%であった。活用場面の具体的内容としては、「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」（56.7%）が最も高かった。
- 企業規模別に見ると、明文の企業理念がある企業の割合は、企業規模が大きくなるほど高かった。業種別に見ると、金融業（87.9%）や製造業（83.0%）などにおいて、明文の企業理念がある企業の割合が相対的に高かった。
- 明文の企業理念の内容として、実現したい社会像・未来像や社会的な存在意義、社会貢献に関する選択肢を選んだ企業では、そうでない企業に比べて、「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている」及び「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」といった活用場面の回答割合が、10%ポイント以上高かった。

⁶ 経済産業省「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0」（2022年8月30日）10頁

⁷ 独立行政法人中小企業基盤整備機構ウェブサイト「J-Net21」

⁸ 中小企業庁「2022年版中小企業白書」II-141頁等

(1) 全企業

<図表7について>

- ・明文化している企業理念の内容として、何らかの選択肢⁹を選択した企業（以下「明文の企業理念がある企業」という。）の割合は、76.8%であった。
- ・一方、「企業理念はあるが、明文化していない」は15.0%、「企業理念はない」は5.2%であり、明文の企業理念が存在しないとする企業が約2割に上った。
- ・企業理念の内容として、最も回答割合が高かったのは「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関すること」（45.9%）、次いで「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関すること」（45.5%）であった。一方、最も回答割合が低かったのは「貴社の利益の向上（売上高の向上、コストの削減など）に関すること」（15.2%）であった。

<図表8について>

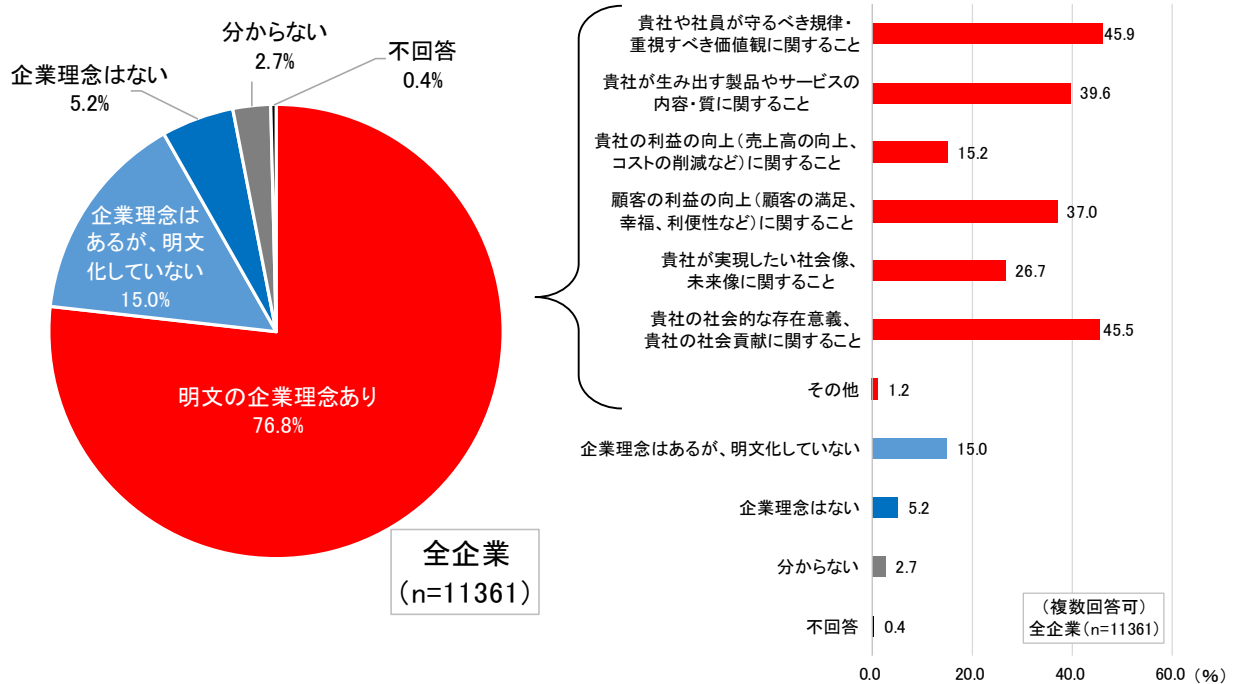
- ・明文の企業理念がある企業を対象として、企業理念が活かされていると感じている場面を聞いたところ、活用場面として何らかの選択肢¹⁰を選択した企業（以下「企業理念の活用場面がある企業」という。）の割合は、87.7%であった。
- ・企業理念の活用場面として、最も回答割合が高かったのは、「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」（56.7%）であった。また、「経営陣の意思決定における指針となっている」（49.6%）も、明文の企業理念がある企業の5割近くが選択した。
- ・一方、「特に活かされていると感じる場面はない」は8.8%であった。

⁹ 「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関すること」「貴社が生み出す製品やサービスの内容・質に関すること」「貴社の利益の向上（売上高の向上、コストの削減など）に関すること」「顧客の利益の向上（顧客の満足、幸福、利便性など）に関すること」「貴社が実現したい社会像、未来像に関すること」「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関すること」及び「その他」の7つの選択肢。これらのうち1つ以上の選択肢を選択した企業（明文の企業理念がある企業）は、8,722社であった。

¹⁰ 「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」「経営陣の意思決定における指針となっている」「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている」「取引機会や売上の増加・拡大につながっている」「金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい」「株主・投資家への説明がしやすい」「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」「その他」の8つの選択肢。これらのうち1つ以上の選択肢を選択した企業（企業理念の活用場面がある企業）は、7,646社であった。

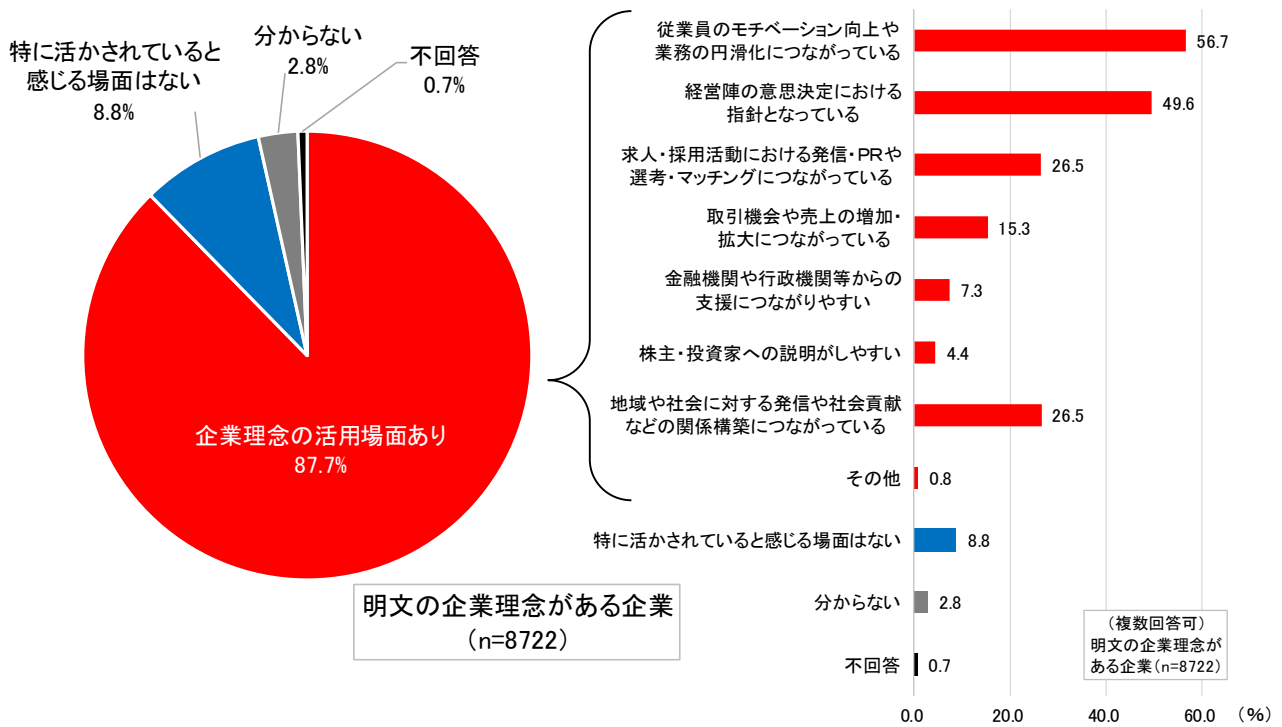
設問2 企業理念の内容・活用場面

図表7 企業理念の有無及び具体的内容（全企業）



（注）「明文の企業理念あり」の割合は、企業理念の内容として何らかの選択肢を選択した企業の割合。

図表8 企業理念の活用場面の有無及び具体的内容（明文の企業理念がある企業）



（注1）本設問は、明文の企業理念がある企業のみを対象としている。

（注2）「企業理念の活用場面あり」の割合は、企業理念の活用場面として何らかの選択肢を選択した企業の割合。

(2) 企業規模別

<図表9について>

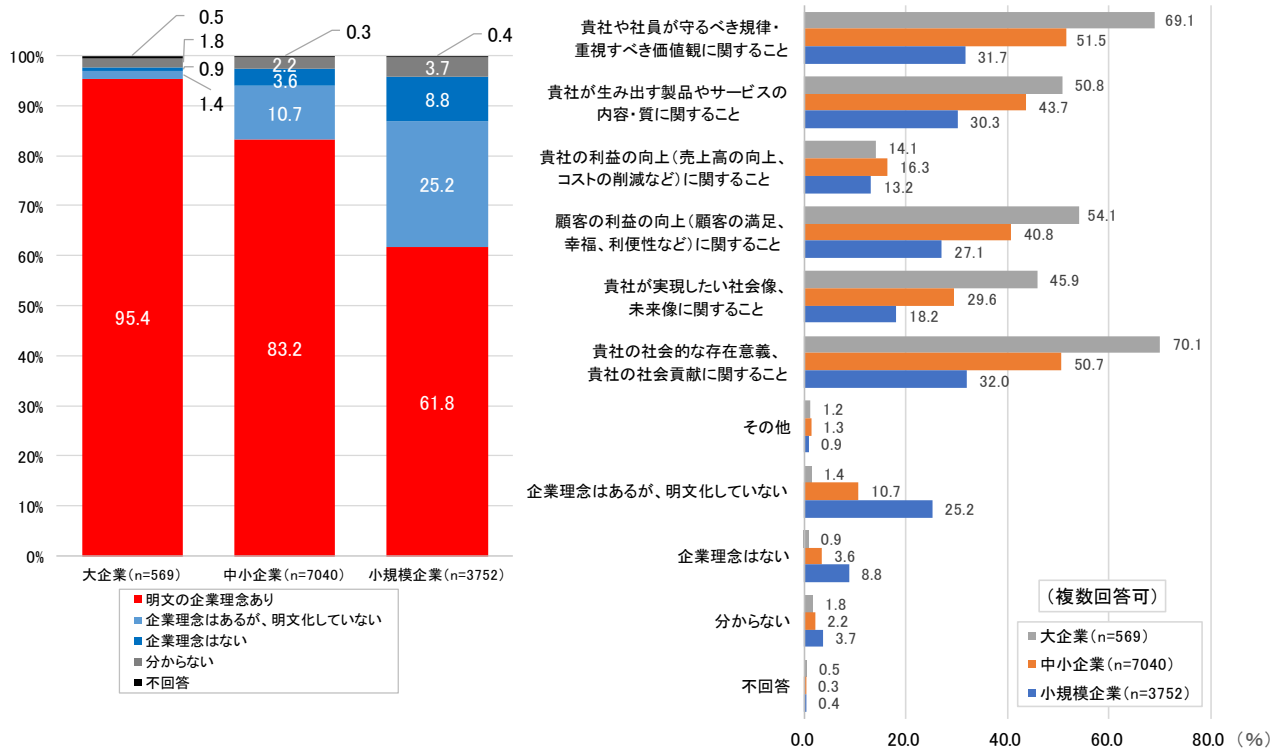
- ・明文の企業理念がある企業の割合は、小規模企業では61.8%であるのに対し、中小企業では83.2%、大企業では95.4%となり、企業規模が大きくなるほど高くなった。
- ・「企業理念はあるが、明文化していない」及び「企業理念はない」の回答割合は、企業規模が小さくなるほど高くなった。特に、小規模企業では、「企業理念はあるが、明文化していない」が25.2%に上った。
- ・具体的な企業理念の内容として選択された上位2項目は、いずれの企業規模においても、「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関すること」及び「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関すること」となった。

<図表10について>

- ・明文の企業理念がある企業のうち、企業理念の活用場面がある企業の割合は、いずれの企業規模においても9割弱で、規模による差はほとんど見られなかった。
- ・企業理念の活用場面として、最も回答割合が高かったのは、いずれの企業規模においても、「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」であった。
- ・企業理念の活用場面のうち、「経営陣の意思決定における指針となっている」、「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている」、「株主・投資家への説明がしやすい」及び「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」については、企業規模が大きくなるほど回答割合が高くなった。
- ・企業理念の活用場面のうち、「取引機会や売上の増加・拡大につながっている」及び「金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい」については、企業規模が小さくなるほど回答割合が高くなった。

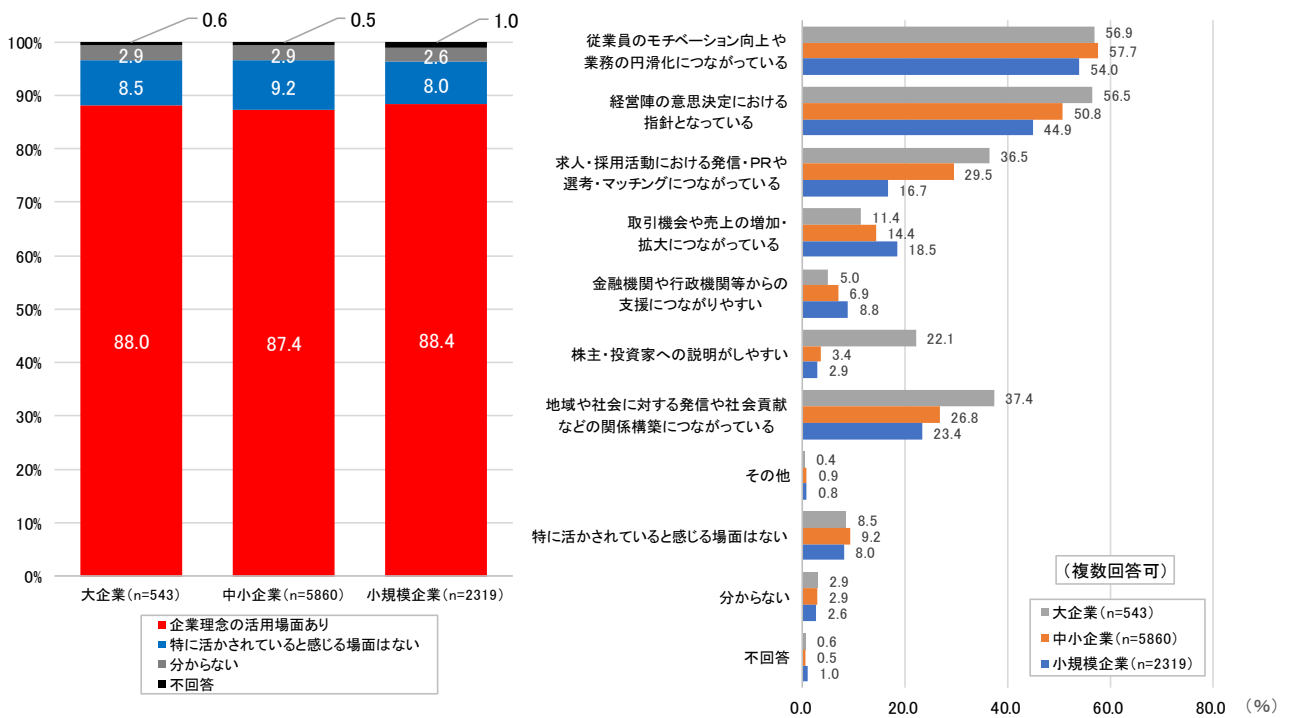
設問2 企業理念の内容・活用場面

図表9 企業理念の有無及び具体的内容（企業規模別）



(注) 「明文の企業理念あり」の割合は、企業理念の内容として何らかの選択肢を選択した企業の割合。

図表10 企業理念の活用場面の有無及び具体的内容（企業規模別）



(注) 「企業理念の活用場面あり」の割合は、企業理念の活用場面として何らかの選択肢を選択した企業の割合。

(3) 業種別

<図表 11 について>

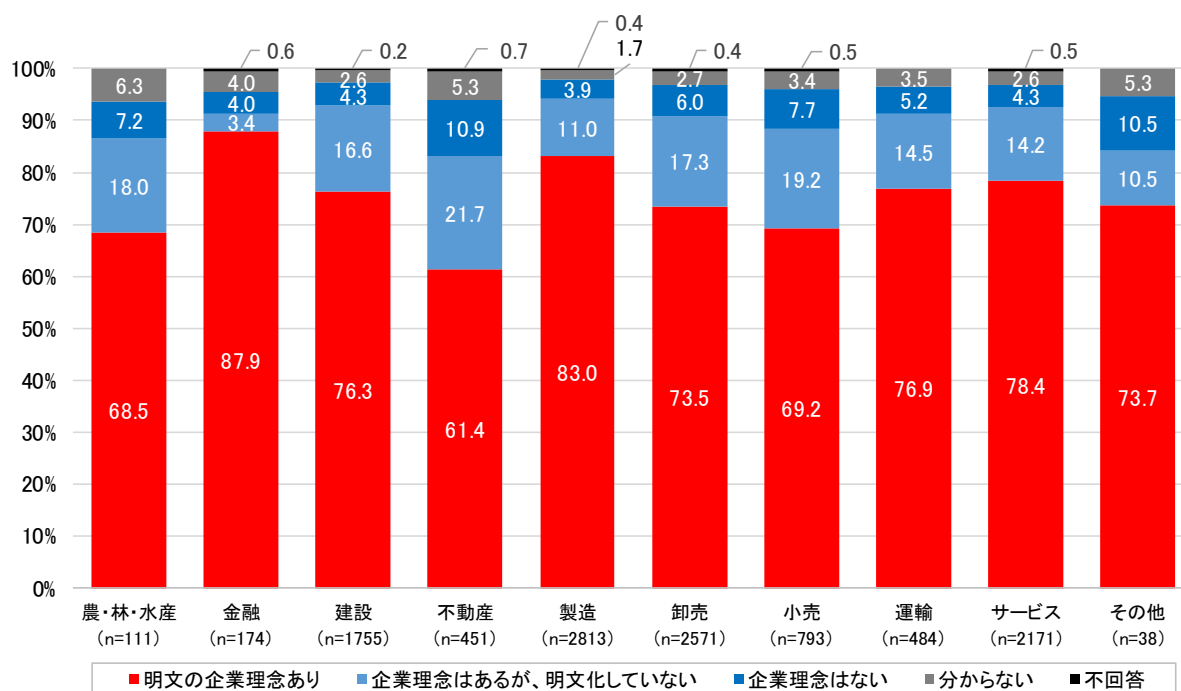
- ・明文の企業理念がある企業の割合は、いずれの業種においても6割を超え、金融業(87.9%)及び製造業(83.0%)では8割を超えた。回答割合が最も低かったのは不動産業(61.4%)、次いで、農・林・水産業(68.5%)となった。

<図表 12 について>

- ・企業理念の具体的内容を業種別に見ると、建設業、不動産業、卸売業、運輸業では「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関する事」の回答割合が最も高く、農・林・水産業、金融業、小売業、サービス業では「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関する事」の回答割合が最も高かった。また、製造業では、「貴社が生み出す製品やサービスの内容・質に関する事」の回答割合が最も高かった。
- ・「貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関する事」については、金融業(59.2%)が最も高かった。
- ・「貴社が生み出す製品やサービスの内容・質に関する事」については、製造業(54.0%)が最も高かった。
- ・「貴社の利益の向上(売上高の向上、コストの削減など)に関する事」については、いずれの業種においても2割を下回った。
- ・「顧客の利益の向上(顧客の満足、幸福、利便性など)に関する事」については、金融業(43.7%)が最も高かった。
- ・「貴社が実現したい社会像、未来像に関する事」については、金融業(45.4%)が最も高かった。
- ・「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関する事」については、金融業(67.8%)が最も高かった。

設問2 企業理念の内容・活用場面

図表11 企業理念の有無（業種別）



(注) 「明文の企業理念あり」の割合は、企業理念の内容として何らかの選択肢を選択した企業の割合。

図表12 企業理念の具体的内容（業種別）

	農・林・水産 (n=111)	金融 (n=174)	建設 (n=1755)	不動産 (n=451)	製造 (n=2813)	卸売 (n=2571)	小売 (n=793)	運輸 (n=484)	サービス (n=2171)	その他 (n=38)	全業種 (n=11361)	
明文の企業理念あり	貴社や社員が守るべき規律・重視すべき価値観に関する事	32.4	59.2	46.8	34.8	49.6	45.2	38.5	46.3	45.8	26.3	45.9
	貴社が生み出す製品やサービスの内容・質に関する事	28.8	36.2	39.0	21.1	54.0	32.0	28.5	38.2	39.8	28.9	39.6
	貴社の利益の向上(売上高の向上、コストの削減など)に関する事	11.7	9.8	16.7	12.0	18.0	15.6	12.6	15.3	12.3	0.0	15.2
	顧客の利益の向上(顧客の満足、幸福、利便性など)に関する事	30.6	43.7	35.1	26.6	39.4	36.3	37.7	35.3	38.4	28.9	37.0
	貴社が実現したい社会像、未来像に関する事	31.5	45.4	24.9	18.6	28.7	24.8	22.4	21.5	30.4	21.1	26.7
	貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関する事	37.8	67.8	45.7	32.8	49.0	42.9	40.2	45.9	47.0	55.3	45.5
	その他	0.9	1.1	1.3	1.8	1.5	0.7	1.1	2.1	1.1	2.6	1.2
企業理念はあるが、明文化していない	18.0	3.4	16.6	21.7	11.0	17.3	19.2	14.5	14.2	10.5	15.0	
企業理念はない	7.2	4.0	4.3	10.9	3.9	6.0	7.7	5.2	4.3	10.5	5.2	
分からない	6.3	4.0	2.6	5.3	1.7	2.7	3.4	3.5	2.6	5.3	2.7	
不回答	0.0	0.6	0.2	0.7	0.4	0.4	0.5	0.0	0.5	0.0	0.4	

(注1) 複数回答可。

(注2) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

<図表 13 について>

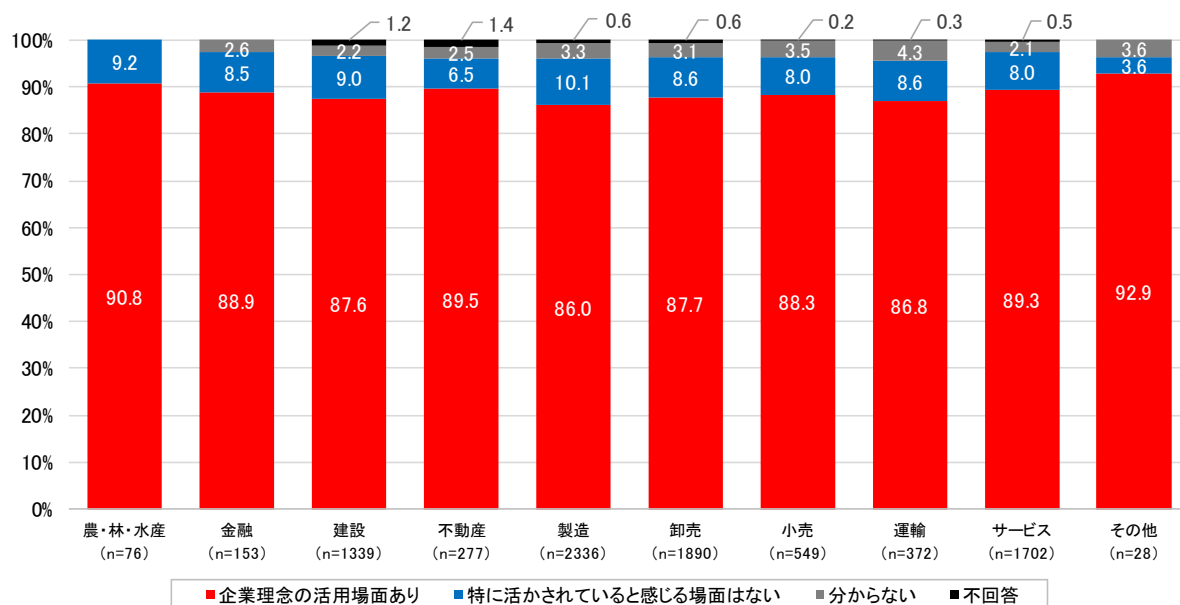
- ・明文の企業理念がある企業のうち、企業理念の活用場面がある企業の割合は、いずれの業種においても回答割合が8割台後半から9割台前半となり、業種による大きな差は見られなかった。

<図表 14 について>

- ・「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」については、その他の業種を除く全ての業種において回答割合が4割台から5割台となり、かつ最も回答割合の高い項目となった（ただし、農・林・水産業は「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」と同率）。
- ・「経営陣の意思決定における指針となっている」については、その他の業種を除くいずれの業種においても回答割合が4割台から5割台となり、農・林・水産業を除く全ての業種で2番目に回答割合の高い項目となった（農・林・水産業においては3番目）。
- ・「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている」については、サービス業（34.0%）が最も高く、不動産業（17.7%）が最も低かった（その他の業種を除く）。
- ・「取引機会や売上の増加・拡大につながっている」については、卸売業（17.7%）が最も高く、金融業（7.2%）が最も低かった。
- ・「金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい」については、不動産業（9.4%）が最も高く、金融業（4.6%）が最も低かった。
- ・「株主・投資家への説明がしやすい」については、金融業（10.5%）が最も高く、小売業（2.4%）が最も低かった。
- ・「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」については、農・林・水産業（46.1%）、金融業（42.5%）などで高く、卸売業（21.7%）が最も低かった。

設問2 企業理念の内容・活用場面

図表13 企業理念の活用場面の有無（業種別）



(注) 「企業理念の活用場面あり」の割合は、企業理念の活用場面として何らかの選択肢を選択した企業の割合。

図表14 企業理念の活用場面の具体的内容（業種別）

企業理念の活用場面あり											(%)
	農・林・水産 (n=76)	金融 (n=153)	建設 (n=1339)	不動産 (n=277)	製造 (n=2336)	卸売 (n=1890)	小売 (n=549)	運輸 (n=372)	サービス (n=1702)	その他 (n=28)	明文の企業理念がある企業 (n=8722)
従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている	46.1	54.9	56.5	56.0	56.4	58.1	55.9	51.6	57.9	35.7	56.7
経営陣の意思決定における指針となっている	43.4	52.3	44.5	47.7	53.7	48.3	45.9	48.4	51.4	39.3	49.6
求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている	28.9	30.1	26.4	17.7	25.2	25.9	19.5	21.0	34.0	7.1	26.5
取引機会や売上の増加・拡大につながっている	15.8	7.2	16.0	14.1	14.0	17.7	13.5	15.6	15.2	14.3	15.3
金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい	5.3	4.6	7.1	9.4	8.1	7.1	7.1	5.4	7.0	7.1	7.3
株主・投資家への説明がしやすい	5.3	10.5	3.0	5.1	5.4	3.8	2.4	5.1	4.8	7.1	4.4
地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている	46.1	42.5	32.0	27.4	24.9	21.7	32.2	28.5	24.7	57.1	26.5
その他	0.0	0.7	0.4	1.4	0.9	1.3	0.5	0.5	0.6	3.6	0.8
特に活かされていると感じる場面はない	9.2	8.5	9.0	6.5	10.1	8.6	8.0	8.6	8.0	3.6	8.8
分からない	0.0	2.6	2.2	2.5	3.3	3.1	3.5	4.3	2.1	3.6	2.8
不回答	0.0	0.0	1.2	1.4	0.6	0.6	0.2	0.3	0.5	0.0	0.7

(注1) 複数回答可。

(注2) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

(4) 企業理念の内容と活用場面の関係

※以下は、明文の企業理念がある企業¹¹を対象とし、企業理念の内容に係る設問と活用場面に係る設問（ともに複数回答可）をクロス集計したものである。

<図表 15 について>

- ・本図表は、企業理念の内容ごとに、その活用場面に係る選択肢の回答割合を整理したものである。
- ・「従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている」の回答割合は、「貴社の利益の向上に関すること」選択企業（67.4%）で最も高かった。
- ・「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている」の回答割合は、「貴社が実現したい社会像、未来像に関すること」選択企業（37.5%）で最も高かった。
- ・「取引機会や売上の増加・拡大につながっている」の回答割合は、「貴社の利益の向上に関すること」選択企業（26.9%）で最も高かった。
- ・「金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい」の回答割合は、「貴社の利益の向上に関すること」選択企業（15.6%）で最も高かった。
- ・「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」の回答割合は、「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関すること」選択企業（37.9%）や「貴社が実現したい社会像、未来像に関すること」選択企業（37.5%）で高かった。

<図表 16 について>

- ・本図表は、明文の企業理念がある企業のうち、パーパス経営との関係性が相対的に強いと考えられる「貴社が実現したい社会像、未来像に関すること」及び「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関すること」（以下「パーパス的企業理念」という。）のうちいずれか又は両方を選択した企業（パーパス的企業理念あり）と、どちらも選択しなかった企業（パーパス的企業理念なし）の2つのグループに分けて、活用場面に係る回答割合を整理したものである。
- ・「経営陣の意思決定における指針となっている」、「求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている」及び「地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている」の回答割合は、いずれの企業規模

¹¹ 明文の企業理念の内容として何らかの選択肢を選択した企業（8,722社）。

設問2 企業理念の内容・活用場面

においても、パーパス的企業理念がある企業の方が、ない企業よりも10%ポイント以上高かった。

図表15 企業理念の内容別の活用場面（全企業）

	企業理念の内容						
	「規律・価値観」 選択企業 (n=5210)	「製品やサービスの 内容・質」 選択企業 (n=4503)	「貴社の利益の 向上」 選択企業 (n=1723)	「顧客の利益の 向上」 選択企業 (n=4199)	「実現したい社会像、 未来像」 選択企業 (n=3029)	「社会的な存在意義、 社会貢献」 選択企業 (n=5171)	
企業理念の活用場面	従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている	64.5	59.2	67.4	61.2	61.6	58.3
	経営陣の意思決定における指針となっている	56.7	56.7	56.3	56.9	62.1	56.5
	求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている	30.6	31.5	31.1	32.2	37.5	32.5
	取引機会や売上の増加・拡大につながっている	15.5	19.6	26.9	19.9	16.3	15.0
	金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい	8.0	9.3	15.6	9.8	10.2	8.7
	株主・投資家への説明がしやすい	5.6	6.0	6.4	6.1	7.7	6.2
	地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている	28.4	27.9	25.8	31.2	37.5	37.9
	その他	0.8	0.6	0.6	0.8	0.7	0.7
	特に活かされていると感じる場面はない	7.8	8.6	5.9	7.7	7.0	8.3
	分からない	2.2	2.6	2.5	2.4	1.9	2.3
不回答	0.4	0.6	0.9	0.5	0.7	0.5	

- (注1) 企業理念の内容に係る選択肢及び企業理念の活用場面に係る選択肢は、ともに複数回答可。
 (注2) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

図表16 パーパス的企業理念の有無別の活用場面（全企業及び企業規模別）

	パーパス的企業理念の有無								
	全規模		大企業		中小企業		小規模企業		
	あり (n=5948)	なし (n=2774)	あり (n=441)	なし (n=102)	あり (n=4092)	なし (n=1768)	あり (n=1415)	なし (n=904)	
企業理念の活用場面	従業員のモチベーション向上や業務の円滑化につながっている	58.0	53.7	60.5	41.2	59.0	54.6	54.3	53.4
	経営陣の意思決定における指針となっている	55.3	37.4	60.8	38.2	56.2	38.2	50.7	35.8
	求人・採用活動における発信・PRや選考・マッチングにつながっている	31.6	15.5	40.1	20.6	34.1	18.6	21.8	8.8
	取引機会や売上の増加・拡大につながっている	14.7	16.5	11.6	10.8	14.1	14.9	17.5	20.1
	金融機関や行政機関等からの支援につながりやすい	8.3	5.2	5.4	2.9	7.7	5.0	10.8	5.8
	株主・投資家への説明がしやすい	5.8	1.4	25.9	5.9	4.3	1.3	4.0	1.2
	地域や社会に対する発信や社会貢献などの関係構築につながっている	35.5	7.4	43.1	12.7	35.2	7.2	33.8	7.2
	その他	0.7	1.1	0.0	2.0	0.8	1.0	0.6	1.2
	特に活かされていると感じる場面はない	8.4	9.9	7.0	14.7	8.4	11.0	8.6	7.2
	分からない	2.3	3.9	2.7	3.9	2.3	4.3	2.3	3.2
不回答	0.5	1.0	0.0	2.9	0.4	0.8	0.9	1.1	

- (注1) パーパス的企業理念「あり」とは、「貴社が実現したい社会像、未来像に関する事」及び「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関する事」のうちいずれか又は両方を選択した企業をいい、「なし」とは、これらの企業理念をいずれも選択しなかった企業をいう。
 (注2) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

連合が発表した2023年春闘の最終集計によると、ベースアップと定期昇給を合わせた賃上げ率は平均で3.58%と、約30年ぶりの高水準となった¹²。しかし、依然として、物価高騰の影響もあり、実質賃金はマイナスの状況が続いている¹³。2024年以降の賃上げの動向が注視されている。

本設問では、まず、過去1年以内における賃上げの実施状況について調査を行った(40頁～)。

次に、賃上げに向けた課題について、自由記入形式で調査を行った(46頁～)。

<調査結果のポイント>

【賃上げの実施状況】

- 過去1年以内にならぬ形で賃上げを実施した企業の割合は約85%となった。具体的な実施状況としては、回答割合が高い順に、「定期昇給を実施した」(59.4%)、「ベースアップを実施した」(44.3%)、「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」(31.8%)、「賃上げを実施していない」(11.8%)となった。
- 企業規模別に見ると、何らかの形で賃上げを実施した企業の割合は大企業で88.0%、中小企業で91.1%、小規模企業で72.8%となった。一方、「賃上げを実施していない」は、大企業及び中小企業ではともに6.2%だったのに対し、小規模企業では23.2%であった。
- 賃上げの手段別の割合を見ると、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を全て選択した企業の割合は、企業規模が大きくなるほど高くなった。

【賃上げに向けた課題】 (具体的内容は46頁～)

- 賃上げに向けた課題については、自社の取組に関する課題(利益の確保、適正な価格転嫁、給与体系の見直し、生産性の向上等)から、制度的・社会的な課題(税・社会保険料の負担増や人手不足、物価高騰等)まで、多岐にわたる回答が寄せられた。

¹² 日本労働組合総連合会「2023年春季生活闘争第7回(最終)回答集計」(2023年7月5日)

¹³ 厚生労働省「毎月勤労統計調査 令和5年11月分結果確報」(2024年1月23日)における実質賃金指数(令和2年平均=100)は、84.3(前年同月比△2.5%)であった。

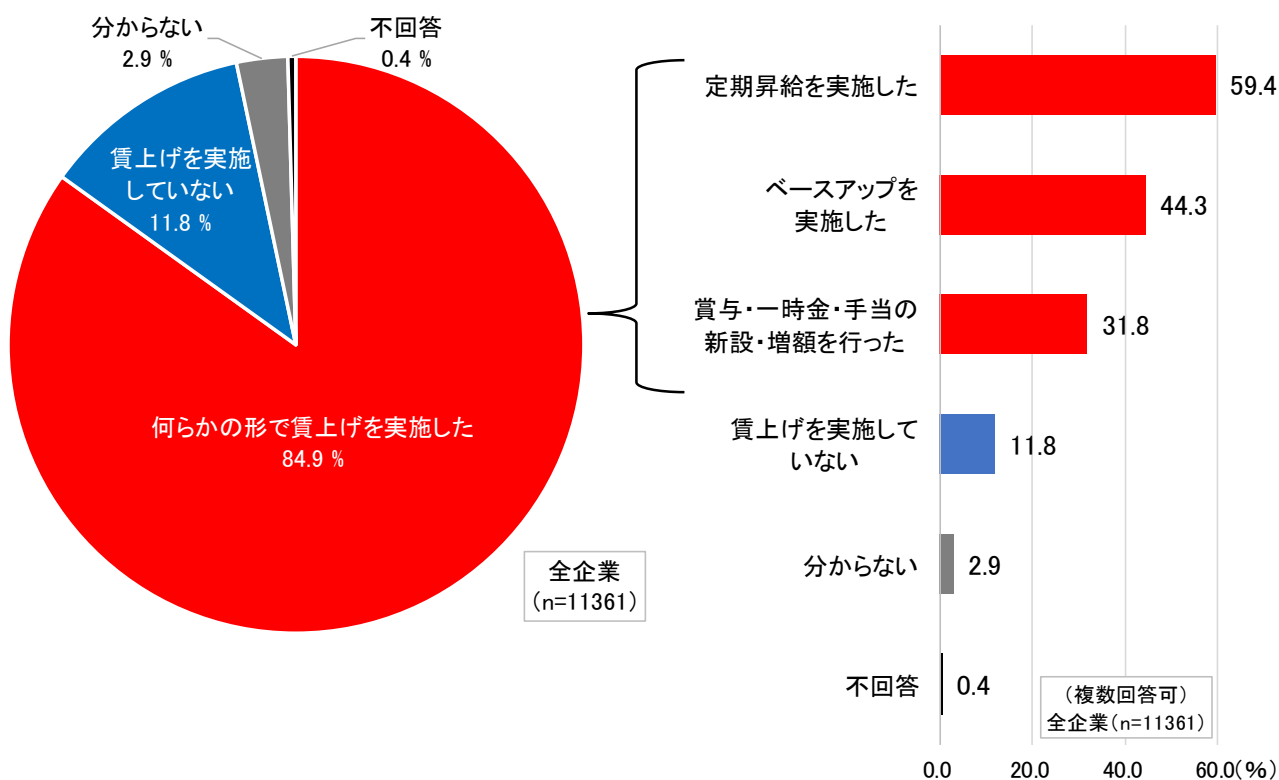
設問3 賃上げの実施状況及び課題

(1) 全企業

<図表17について>

- ・「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」又は「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」の選択肢を1つ以上選択した企業（以下「何らかの形で賃上げを実施した企業」という。）¹⁴の割合は84.9%となった。
- ・一方、「賃上げを実施していない」は11.8%であった。
- ・具体的な実施状況については、回答割合が高い順に、「定期昇給を実施した」(59.4%)、「ベースアップを実施した」(44.3%)、「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」(31.8%)となった。

図表17 賃上げの実施状況（全企業）



(注) 「何らかの形で賃上げを実施した」の割合は、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」又は「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」の選択肢を1つ以上選択した企業の割合。

¹⁴ 何らかの形で賃上げを実施した企業は9,645社であった。

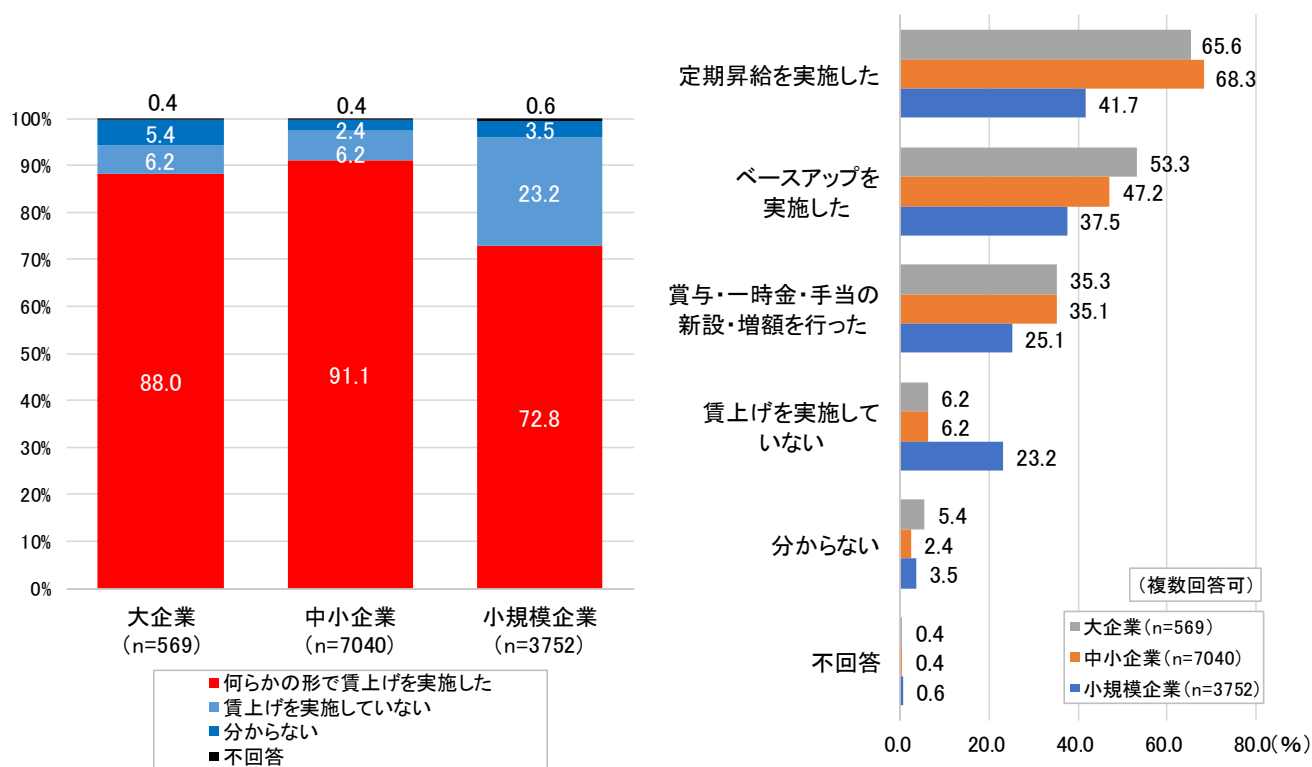
設問3 賃上げの実施状況及び課題

(2) 企業規模別

<図表18について>

- ・何らかの形で賃上げを実施した企業の割合は、大企業で88.0%、中小企業で91.1%、小規模企業で72.8%となった。
- ・一方、「賃上げを実施していない」は、大企業及び中小企業ではともに6.2%だったのに対し、小規模企業では23.2%であった。
- ・具体的な実施状況については、いずれの企業規模においても、回答割合が高い順に、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」、「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」となった。
- ・「ベースアップを実施した」は、企業規模が小さくなるほど、回答割合が低くなった。

図表18 賃上げの実施状況（企業規模別）



（注）「何らかの形で賃上げを実施した」の割合は、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」又は「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」の選択肢を1つ以上選択した企業の割合。

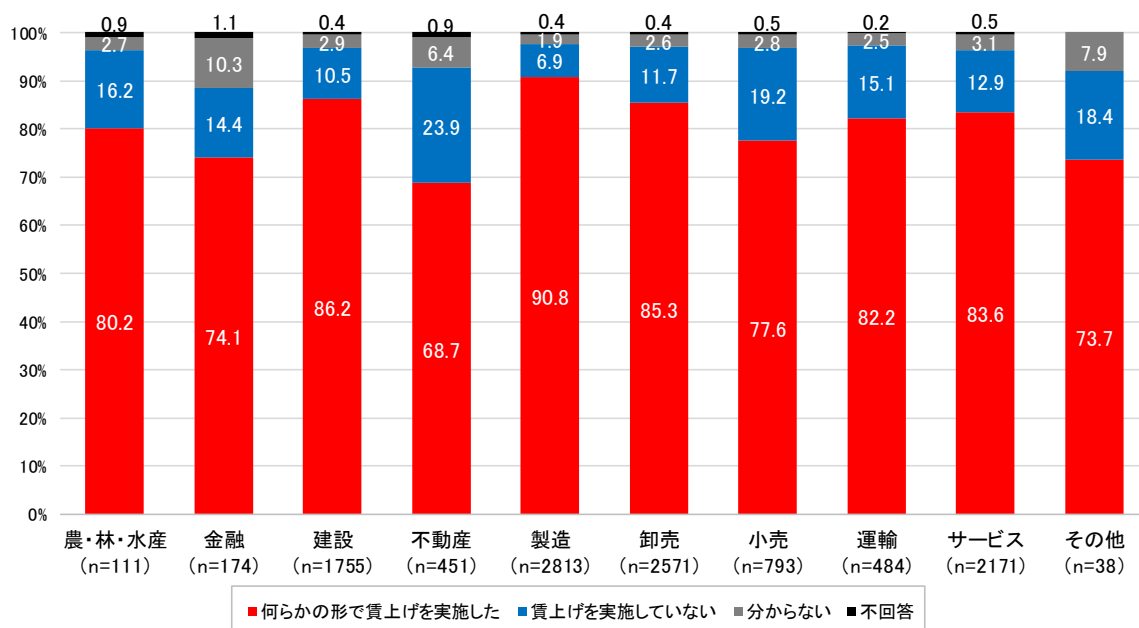
(3) 業種別

<図表 19 及び図表 20 について>

- ・何らかの形で賃上げを実施した企業の割合は、製造業（90.8%）が最も高く、不動産業（68.7%）が最も低かった。
- ・具体的な実施状況については、いずれの業種においても、回答割合が高い順に、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」、「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」となった。
- ・「定期昇給を実施した」は製造業（69.8%）が、「ベースアップを実施した」は製造業（49.0%）が、「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」は卸売業（35.2%）がそれぞれ最も高かった。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

図表19 賃上げの実施状況（業種別）



(注) 「何らかの形で賃上げを実施した」の割合は、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」又は「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」の選択肢を1つ以上選択した企業の割合。

図表20 賃上げの具体的な実施状況（業種別）

何らかの形で賃上げを実施した	(%)										
	農・林・水産 (n=111)	金融 (n=174)	建設 (n=1755)	不動産 (n=451)	製造 (n=2813)	卸売 (n=2571)	小売 (n=793)	運輸 (n=484)	サービス (n=2171)	その他 (n=38)	全業種 (n=11361)
定期昇給を実施した	55.9	45.4	56.3	40.8	69.8	61.5	47.2	47.5	58.4	42.1	59.4
ベースアップを実施した	44.1	35.1	43.5	36.4	49.0	42.7	40.4	45.2	44.7	31.6	44.3
賞与・一時金・手当の新設・増額を行った	24.3	24.1	35.0	23.7	30.7	35.2	26.0	34.9	31.0	23.7	31.8
賃上げを実施していない	16.2	14.4	10.5	23.9	6.9	11.7	19.2	15.1	12.9	18.4	11.8
分からない	2.7	10.3	2.9	6.4	1.9	2.6	2.8	2.5	3.1	7.9	2.9
不回答	0.9	1.1	0.4	0.9	0.4	0.4	0.5	0.2	0.5	0.0	0.4

(注1) 複数回答可。

(注2) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

(4) 何らかの形で賃上げを実施した企業の手段別の割合

※以下は、何らかの形で賃上げを実施した企業（9,645社）を対象とし、賃上げの手段別の割合を集計したものである。

<図表 21 について>

- ・「定期昇給を実施した」のみ選択した企業の割合は、いずれの企業規模においても最も高かったが、20%台であった（大企業 23.6%、中小企業 29.2%、小規模企業 28.3%）。
- ・「ベースアップを実施した」のみ選択した企業の割合は、小規模企業（26.1%）が最も高かった。
- ・「定期昇給を実施した」及び「ベースアップを実施した」を選択した企業の割合は、企業規模が大きくなるほど高くなった（大企業 22.8%、中小企業 18.2%、小規模企業 11.1%）。
- ・「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を全て選択した企業の割合は、企業規模が大きくなるほど高くなった（大企業 19.4%、中小企業 14.7%、小規模企業 8.2%）。

<図表 22 について>

- ・「定期昇給を実施した」のみ選択した企業の割合は、運輸業以外の業種において3割前後であった。
- ・「ベースアップを実施した」のみ選択した企業の割合は、小売業（23.6%）や不動産業（23.5%）などが相対的に高かった。
- ・「定期昇給を実施した」及び「ベースアップを実施した」を選択した企業の割合は、製造業（20.7%）や農・林・水産業（19.1%）が相対的に高かった。
- ・「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を全て選択した企業の割合は、製造業（14.8%）や卸売業（14.7%）が相対的に高かった。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

図表21 何らかの形で賃上げを実施した企業の賃上げの手段別の割合（企業規模別）

	(%)			
	大企業 (n=501)	中小企業 (n=6413)	小規模企業 (n=2731)	何らかの形で賃上げをした企業 (n=9645)
「定期昇給を実施した」のみ選択した企業	23.6	29.2	28.3	28.6
「ベースアップを実施した」のみ選択した企業	13.6	14.1	26.1	17.5
「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」のみ選択した企業	7.2	6.1	10.4	7.3
「定期昇給を実施した」及び「ベースアップを実施した」を選択した企業	22.8	18.2	11.1	16.4
「定期昇給を実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を選択した企業	8.8	12.9	9.8	11.8
「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を選択した企業	4.8	4.9	6.2	5.3
「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を全て選択した企業	19.4	14.7	8.2	13.1

(注) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

図表22 何らかの形で賃上げを実施した企業の賃上げの手段別の割合（業種別）

	(%)										
	農・林・水産 (n=89)	金融 (n=129)	建設 (n=1513)	不動産 (n=310)	製造 (n=2555)	卸売 (n=2194)	小売 (n=615)	運輸 (n=398)	サービス (n=1814)	その他 (n=28)	何らかの形で賃上げをした企業 (n=9645)
「定期昇給を実施した」のみ選択した企業	29.2	30.2	27.7	28.4	30.3	28.8	29.9	20.6	28.1	32.1	28.6
「ベースアップを実施した」のみ選択した企業	21.3	18.6	19.1	23.5	15.2	15.4	23.6	22.6	17.3	28.6	17.5
「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」のみ選択した企業	3.4	14.7	8.6	11.9	4.8	7.1	10.1	13.3	6.7	14.3	7.3
「定期昇給を実施した」及び「ベースアップを実施した」を選択した企業	19.1	18.6	12.6	13.5	20.7	14.6	13.0	14.3	17.5	7.1	16.4
「定期昇給を実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を選択した企業	12.4	7.8	13.3	6.8	11.0	14.0	8.0	11.1	11.7	10.7	11.8
「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を選択した企業	5.6	5.4	7.0	5.2	3.2	5.5	5.5	6.3	6.2	0.0	5.3
「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」及び「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」を全て選択した企業	9.0	4.7	11.8	10.6	14.8	14.7	9.9	11.8	12.5	7.1	13.1

(注) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

(5) 賃上げに向けた課題（自由記入形式）

本設問では、賃上げに向けた課題について、自由記入形式で回答を求めたところ、約 1,300 件の回答が得られた¹⁵。

内容は多岐にわたり、類似した回答も多数見られることから、便宜上の目安として、以下のカテゴリーに分類して整理し¹⁶、主な回答例¹⁷を紹介する。

なお、当該カテゴリーの設定は、回答で挙げられた課題が主に企業自身の取組により対応や解決が可能な事項か否かといった観点を踏まえて、できる限り、賃上げに向けた課題を整理することを目指したものである。

- ① 自社の取組に関する課題（48 頁～）
 - (i) 売上等に関する課題（売上・利益、原資不足、業績・業況、単価の引上げ・価格転嫁等）（48 頁～）
 - (ii) 経費に関する課題（原材料費・エネルギー価格のコスト増等）（59 頁～）
 - (iii) 人件費に関する課題（適正な水準、賃上げの持続性、企業の給与体系・評価体制の在り方等）（61 頁～）
 - (iv) 経営改革に関する課題（生産性の向上、新規事業・業種転換、その他経営上の課題（資金繰り等）等）（66 頁～）
- ② 制度的・社会的な課題（70 頁～）
 - (i) 制度に関する課題（税・社会保険料、最低賃金、年収の壁、働き方改革等）（70 頁～）
 - (ii) 社会・経済情勢や社会構造に関する課題（人手不足、物価高騰、地域間・企業規模格差等）（74 頁～）
 - (iii) 国の支援・関与の在り方（支援策、賃上げ要請等）（78 頁～）
- ③ その他（82 頁～）

¹⁵ 単に「特にない」「分からない」と記載してあるものを除く。

¹⁶ 分類に際しては、可能な限り、「①自社の取組に関する課題」又は「②制度的・社会的な課題」に分類し、分類困難な回答や必ずしも課題に言及していない回答（自社の賃上げについての方向性等）などを「③その他」に分類した。また、一つの回答において複数の課題に言及している場合は、原則として、初めに挙げられた課題について、関連するカテゴリーに分類し掲載することとし、他の課題に関連するカテゴリーには再掲していない。

¹⁷ 自由記入の表現は、できる限り原文のまま記載しているが、一部、原文の趣旨を損ねない範囲で修正しているところがある。

<賃上げに向けた課題の回答のまとめ>

① 自社の取組に関する課題について

- 売上等に関する課題として、「売上や利益の減少により、賃上げの原資が確保できない」や「安定的な利益を確保することが必要」といった旨の課題が多く挙げられた（48頁～55頁）。また、「高騰する原材料費等の価格転嫁が不十分である」や「人件費の価格転嫁はより困難である」といった旨の、価格転嫁に関する課題も多く挙げられた（55頁～59頁）。

これらの回答からは、コロナ禍後、景気は緩やかに回復しているとされる中、原材料費やエネルギー費の高騰の影響などもあり、賃上げを支える収益環境は依然として厳しい様子が見え始める。

- 賃上げを実施した企業などでは、「すでに人件費が収益を圧迫している」や「今後の賃上げと利益の確保のバランスが難しい」といった旨の課題が挙げられた（61頁～62頁）。また、「持続的な賃上げは不安である」や「今後にも影響があるベースアップの実施には躊躇する」といった旨の、賃上げの持続性への懸念も挙げられた（62頁～63頁）。さらに、「賃上げの前提となる給与体系や評価体制がない、不十分である」といった旨の賃上げの実施に際しての企業内の具体的な課題も多く挙げられた（63頁～66頁）。

これらの回答からは、人件費の適正な水準や賃上げの持続性が課題となっていると同時に、特に、中小企業や小規模企業においては、給与体系や評価体制といった環境整備も課題と捉えられていることがうかがえる。

- 「賃上げのためには労働生産性の向上が必要である」や「利益を確保するために付加価値の創出（新商品・サービスの向上、新規事業・業種転換等）が必要である」といった旨の、経営改革に関する課題も挙げられた（66頁～69頁）。

② 制度的・社会的な課題について

- 制度に関する課題としては、「賃上げに伴い社会保険料が増加するため、企業の負担が大きい」、「従業員にとっても、賃上げに伴い税・社会保険料の負担が増えるため、手取り額があまり増加しない」といった旨の回答が多く寄せられた（70頁～74頁）。また、社会・経済情勢に関する課題（人手不足、物価高騰等）や社会構造に関する課題（地域間・企業規模間格差等）も挙げられた（74頁～77頁）。
- そのほかにも、制度等に関する課題について、具体的な国の支援策（経済対策や物価高騰対策、賃上げ税制や各種補助金の拡充など）を求める回答も寄せられた（78頁～81頁）。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

① 自社の取組に関する課題

(i) 売上等に関する課題（売上・利益、原資不足、業績・業況、単価の引上げ・価格転嫁等）

- ・売上や利益の減少により賃上げの原資が確保できない、今後の利益率の向上や利益の安定化が課題である、といった内容の回答が多く見られた（番号1～311）。
- ・物価高騰に伴う価格転嫁が十分でない、人件費の価格転嫁は原材料費等の価格転嫁より一層困難である、単価の引上げが必要である、取引先の大企業における価格転嫁への理解が必要である、といった内容の回答が多く見られた（番号312～468）。

規模	業種	内容(売上・利益、原資不足、業績・業況)
1	小規模企業 繊維・繊維製品・服飾品小売業	売上減。
2	中小企業 機械・器具卸売業	売上の低迷
3	中小企業 運輸・倉庫	売上の低迷。
4	小規模企業 電気機械製造業	売上の低迷。
5	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	売上高低迷。
6	小規模企業 広告関連業	売上高低迷で原資が足りない。
7	小規模企業 輸送用機械・器具製造業	売上の回復にあらす。
8	小規模企業 娯楽サービス	まずは売上の回復。
9	小規模企業 メンテナンス・警備・検査業	売上の増加。
10	小規模企業 専門商品小売業	売上の増加につきます。
11	小規模企業 金融	売上の増大実現。
12	小規模企業 その他サービス業	売上(業務委託)の増収対策。
13	中小企業 人材派遣・紹介業	売上額の拡大、賃上げの原資となるため。
14	小規模企業 不動産	売上の上昇が難しい。
15	小規模企業 建設	売上が伸びていない。
16	小規模企業 医薬品・日用雑貨品小売業	売上を伸ばす努力をする。
17	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	売上高の確保が先行課題。
18	中小企業 建材・家具・窯業・土石製品製造業	需要(売上)の低迷で、賃上げの原資の確保が難しい。
19	小規模企業 電気機械製造業	売上が低迷し、原資のない状態では賃上げは検討もできない。
20	小規模企業 教育サービス業	売上が頭打ちになることを見込まれる中で賃上げをする財源が足りない。
21	小規模企業 繊維・繊維製品・服飾品小売業	売上が増えれば賃上げができるだけ。他は特になし。
22	中小企業 家電・情報機器小売業	売上が増えないとベースアップは継続できない。
23	小規模企業 繊維・繊維製品・服飾品小売業	売上が比例して上がっていないので上げたいのに上げられない。
24	小規模企業 機械製造業	売上減に対して、今後の賃上げ攻勢への対応が心配。原資もないまま、賃上げも出来ない。
25	大企業 旅館・ホテル	売上が賃金アップに伴わない。
26	小規模企業 自動車・同部品小売業	この売上では今のところどうしようもできない。
27	小規模企業 専門商品小売業	売上が下がる中、賃上げは難しい。新規事業を始めたが、売上を伸ばすというよりも雇用を維持するのに精一杯。
28	小規模企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	売上が増えるなら賃上げは行うべきである。
29	小規模企業 建設	賃上げを賄えるだけの売上が見込めない。
30	大企業 医療・福祉・保健衛生業	賃上げに見合う売上の確保が出来ない。
31	小規模企業 家電・情報機器小売業	賃上げは以前からしたいと思うが現状の売上で出来ない。
32	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	売上を維持していくことが出来るか不透明な情勢下で、賃上げを行うと先々の債務返済が心配。
33	中小企業 機械製造業	賃上げは必要だけど、財源になる受注が減っている。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

34	中小企業	専門商品小売業	今期大幅に売上が落ちているので来季の昇給が困難。今期も上げられない状況の中、社員のモチベーション向上のため上げたのでこれ以上は無理か。
35	中小企業	機械製造業	賃金アップに対して売上アップが課題としてあり、これの内部検討を進めている。
36	小規模企業	建設	継続的に賃上げができるように事業の継続的な売上上昇が必要。あわせて新規人材確保すると当然人件費が高まり、更なる業績アップが必要。
37	中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	売上が前年比マイナスとなっている。製品の値上げで前年並みの利益は計上しているが、これから当社の繁忙期になるが前年並みの売上が確保できるか懸念している。
38	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	当社は子会社であり、売上の9割にのぼる親会社から如何にして販売単価アップを勝ち取り、売上を確保するか。それに尽きます。
39	中小企業	その他の卸売業	COVID-19の影響を受けていた中でも、雇用の維持に努めてきました。具体的には、売上が少なくとも賃金や一時金の増額を行ってきました。「賃上げに向けた課題」は、いままでもなく「売上の増加」ですが、業界的に取引先との価格改定が出来ないこともあり、他社との協働の中で経費削減を行っていかねばなりません。
40	小規模企業	医薬品・日用雑貨品小売業	客数の減少。
41	小規模企業	飲食料品小売業	客数増。
42	小規模企業	建設	原資となる仕事量の不足。
43	中小企業	人材派遣・紹介業	固定費上昇に連動した売上拡大。
44	小規模企業	不動産	安定的な固定収入の確保。
45	小規模企業	情報サービス業	ストック売上とその獲得マージンの増加安定。
46	小規模企業	建設	建設業は、受注生産であり年度により受注確保のバラツキがあり、賃上げ幅を確定する時に不安と迷いが生ずる。
47	小規模企業	専門サービス業	売上は上昇しているのに人件費の賃上げは大変な痛手だ。
48	中小企業	専門サービス業	売上とのバランス、業務の効率化。
49	中小企業	飲食料品小売業	売上を伸ばし、生産性を上げ、付加価値を上げる。
50	小規模企業	広告関連業	売上の低迷と原材料不足や価格高騰への対策。
51	小規模企業	飲食料品小売業	売上が低迷、仕入れが高騰で上げられない。取引先離れ。
52	中小企業	娯楽サービス	売上低迷・コスト高で賃上げだけを取り出されても対応が難しい。
53	小規模企業	不動産	売上減、電気代の激増で収益が大幅に減額となっている。賃金はなんとか定期昇給したが、今後も定昇できるかは不明。
54	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	仕入価格の上昇率以上に、売上が上がらない為、賃金が上げられない。
55	中小企業	その他サービス業	賃上げには原資が必要であり、そのためには売上が上がる必要があります。顧客としては原価低減を常に目指している中、中小企業の売上が上がる施策がまず必要です。
56	小規模企業	機械製造業	最近の物価高を考えると、従業員の暮らしを守るためにも賃上げはやむを得ないと思うが、売上減少、仕入部材の値上げ等でなかなか難しい状況。
57	小規模企業	家電・情報機器小売業	賃金アップを実施するための原資確保。売上アップ、コスト縮小。人員を増やしたいが賃上げも実施しなければならず難しい。
58	中小企業	家具類小売業	売上が伸びない中の原価、人件費の高騰で経営は厳しくなるが、世間の風潮でペースアップを行った。
59	中小企業	その他の卸売業	売上が落ちても、人件費は賃上げを行わないといけない。
60	中小企業	自動車・同部品小売業	売上が低迷しているのに、価格高騰に社員の實質収入減にならないようにペースアップしないといけない。
61	中小企業	建設	売上が下がって人員も減少傾向の状態、賃上げをしないといけないこの状況で、建設業の中小企業は倒産に向けて進んでいる。
62	中小企業	その他の卸売業	これまでデフレ状態で売上があまり伸びない中、人件費は確実にアップしてきた。今後、緩やかなインフレが持続すると売上増に繋がり人件費も上げやすくなる。
63	中小企業	金融	総収入は変わらない。
64	小規模企業	機械製造業	受注ボリュームの不透明感。
65	小規模企業	機械製造業	継続の賃上げには売上高の増加が必要で、来年の賃上げは非常に厳しい。
66	中小企業	情報サービス業	政策としてあるので、社員のモチベーション維持にはマストと思われるが、未来への継続的な売上増が見込める形にできるかが、課題。
67	小規模企業	電気機械製造業	毎年賃上げは実施。それに伴う売上高の確保が重要になってくる。客先の状況・会社方針など常時確認する必要性がある。今後は経済的意識のある営業の育成にかかわってくる。
68	小規模企業	不動産	会社自体の収入額が一定水準から増加する事が非常に困難な状況(賃料収入が一定化)にもかかわらず賃上げが進むにつれて厳しさも比例してくる。
69	中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	基本的には、売上の向上。昨今では、休業を増やす風潮が、あまりにも休みが多すぎて今まで行っている作業効率の向上だけでは追いつかない感じがしている。
70	小規模企業	機械製造業	昨年は、売上も良く社員に還元出来たが、今年は売上も減少傾向で現状ボーナスはかなり減ってしまいそう。
71	小規模企業	建設	公共工事を主とするため、売上高の確保。
72	中小企業	化学品製造業	仕事の確保！
73	中小企業	人材派遣・紹介業	受注・販売金額(単価)の向上が必要不可欠。
74	小規模企業	農・林・水産	収入減の為賃上げは難しい。
75	小規模企業	不動産	ここに来て売上がやや低迷しているので、賃上げの継続に黄色信号がともっている。
76	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	売上の増加と利益の増加。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

77	中小企業	機械・器具卸売業	売上と利益の確保。
78	小規模企業	専門サービス業	販売、利益の確保。
79	小規模企業	不動産	売上、収益の上昇。
80	小規模企業	飲食店	売上、利益の増加です。
81	中小企業	その他の卸売業	売上利益の増大です。
82	中小企業	専門サービス業	人件費に見合う、売上・利益の確保。
83	小規模企業	飲食料品卸売業	売上と売上総利益を増やすこと。
84	中小企業	飲食店	売上増強と利益確保が必要と考えます。
85	中小企業	自動車・同部品小売業	売上を伸ばし、利益確保が必須。
86	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	売上の増加と利益の確保による賃上げのための原資の確保。
87	中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	売上の増加率と賃金の上昇率が伴っていない。
88	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	売上増。粗利益減。経営環境。
89	大企業	医療・福祉・保健衛生業	売上減少に伴う利益の低下。
90	大企業	医療・福祉・保健衛生業	収入が上がり、利益が出ないと賃上げができない。医療・介護の報酬を上げていかなないと対応できないと思う。
91	中小企業	飲食料品卸売業	売上・粗利益の確保と営業経費の抑制。仕入価格その他のコストが上昇しているなか、人件費も最低賃金引上げ等により上昇している。販売価格にコスト上昇を反映し利益を確保しながら売上増加を図り、人件費以外の経費をコントロールするという難しい舵取りを迫られることになると思う。
92	中小企業	その他の卸売業	減収減益の中で、賃上げを断行したが、売上と利益の低下の中では体力が続かない。
93	中小企業	機械製造業	売上が高がアップしない状況での賃上げは非常に厳しく、財務状態を悪化させている。原価構造・SCM(サプライチェーンマネジメント)の見直しも急務となっている。
94	小規模企業	農・林・水産	売上高の維持・継続性。ダンピング競争に巻き込まれないこと。
95	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	増収増益。
96	小規模企業	自動車・同部品小売業	売上増、利益増、経費増なら賃上げしたい。
97	小規模企業	娯楽サービス	売上、利益が上がらないのに賃上げは難しい。
98	小規模企業	その他の卸売業	当社は売上が増え、利益が上がれば、還元するのですが、ここ5、6年はなかなか厳しくて賃上げは無いです。
99	中小企業	運輸・倉庫	売上拡大(停滞)や利益確保(昨年より低下)が困難な中で、賃上げは困難な状況である。報道で賃上げ気運を盛り上げているが、中小企業で自衛することは難しい。
100	中小企業	建設	賃上げをしたにもかかわらず、売上の低迷が続き今期は赤字になる見込み。
101	中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	売上、利益の不安定。
102	中小企業	リース・賃貸業	売上と利益の上昇で左右される。
103	中小企業	専門サービス業	賃上げの原資となる売上が毎年変動しているので、つい安全側(低く)になってしまう。
104	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	安定した売上と利益の確保が出来ることが唯一無二の課題。
105	中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	安定した売上と利益を確保する事が容易ではない。
106	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	売上を増やし利益率を上げないと賃上げもできない。それ以前に物価が上がり過ぎる。
107	小規模企業	運輸・倉庫	会社の売上、利益率の向上。
108	小規模企業	建設	売上が上昇しない中で、賃上げは難しいと思いますが、売上・利益ともアップさせ、賃上げに繋がりたいと思います。
109	中小企業	機械製造業	売上増加及び利益率の向上→経営者の意識向上。
110	中小企業	その他の卸売業	賃上げの原資の確保のための売上増加、利益率の上昇。
111	小規模企業	不動産	賃上げの必要性を強く感じているが、売上・利益が不安定で賃上げがしにくい。
112	小規模企業	医薬品・日用雑貨品小売業	まだまだ売上が悪い、純利益の増額。
113	小規模企業	情報サービス業	安定した売上の確保と業績と連動した賃上げとの兼ね合い。
114	中小企業	化学品卸売業	賃上げの原資(売上・利益)の確保と市場のニーズのバランスに偏りがある。所得倍増と政府は言うが、全ての基準が大企業ベースでは中小企業はやっていけない。
115	小規模企業	建設	売上の増加と利益の増加がなければ従業員への配当原資がないことは明白なため、売上利益が薄らいでは賃金を上げ続けることは不可能。
116	小規模企業	建設	できるだけいい給与を支払いたい。大企業に負けたくないの給与を払っていきたい。課題は受注と売上と利益の最大化です。
117	中小企業	その他の卸売業	まずは売上、粗利の実績の向上。そのためには得意先、仕入先との信頼関係性を強固にしてチームとして目標達成に向けて努力する。
118	中小企業	医療・福祉・保健衛生業	人材の確保には同業種間の賃金動向を意識せざるを得ないが、3年に亘るコロナ禍を経て、企業の借入金が増加しており、返済を履行するために企業利益の上昇を図らざるを得ず、収益の上昇は即、法人税等の租税の負担が重荷とな

設問3 賃上げの実施状況及び課題

			る。また、労働力不足を補う対策としては一部の業務を機械化への設備投資資金(デジタル機器を含む)等々。よって思い切った賃上げに結び付けられないのが悩ましい。
119	中小企業	建設	利益の確保。
120	小規模企業	飲食料点小売業	利益の確保。
121	中小企業	機械・器具卸売業	利益の確保。
122	小規模企業	化学品製造業	利益の確保。
123	小規模企業	出版・印刷	利益の確保。
124	中小企業	化学品卸売業	利益確保。
125	中小企業	人材派遣・紹介業	利益の確保を重要視する。
126	中小企業	専門商品小売業	利益の確保が一番の課題です。
127	中小企業	建設	利益の確保が課題。
128	中小企業	情報サービス業	利益の確保。この為の、売上単価の向上、技術力の向上。
129	中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	利益確保が難しい。
130	中小企業	機械・器具卸売業	賃上げ分の利益確保。
131	中小企業	専門商品小売業	支給原資である利益の確保。
132	中小企業	電気機械製造業	増益による支払原資の確保。
133	小規模企業	金融	昇給の原資となる利益の確保。
134	大企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	利益拡大策(原資)。
135	中小企業	農・林・水産	原資(利益の確保)。
136	中小企業	飲食料点小売業	原資となる利益の確保。
137	大企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	賃上げの原資となる利益の拡大。
138	小規模企業	紙類・文具・書籍卸売業	企業収益の確保。
139	中小企業	家電・情報機器小売業	収益の確保が困難。
140	小規模企業	自動車・同部品小売業	収益不足。
141	中小企業	飲食料点小売業	収益が改善され、コロナ前の様な型に戻らないと、ベースアップは難しいのが現状です。
142	中小企業	飲食料品卸売業	兎に角、利益を出すこと。
143	小規模企業	機械・器具卸売業	利益を増やす。
144	中小企業	飲食料品・飼料製造業	増収は見込めるが、増益が課題。
145	中小企業	輸送用機械・器具製造業	利益が上がっていない。
146	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	収益が上がっていないので難しい。
147	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	利益の向上が難しいまま賃上げは不可能。政府には中小企業の現実を知ってほしい。
148	小規模企業	建設	利益を正確に出せていないので難しい。
149	中小企業	運輸・倉庫	コストUPに見合う利益の確保。
150	中小企業	その他サービス業	賃上げ分の収益の確保。
151	中小企業	機械・器具卸売業	会社が儲かれば出せるが、儲からないと出せない。
152	小規模企業	その他の卸売業	稼げれば支払える。
153	小規模企業	建設	顧客との信頼関係構築と適正な利益確保に尽きる。
154	中小企業	建設	賃上げ可能となるための収益機会の獲得。
155	中小企業	飲食料品・飼料製造業	利益との兼ね合い。
156	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	業界縮小化のなか、人件費がアップしていく為の利益の検出。
157	中小企業	飲食料品卸売業	賃上げに伴う利益の確保ができていない。
158	中小企業	情報サービス業	賃上げにあてる利益が出ない。
159	小規模企業	自動車・同部品小売業	収益悪化で賃上げ余力がない。
160	小規模企業	紙類・文具・書籍卸売業	利益が上がらないと賃上げできない、先が見えないので不安。
161	中小企業	飲食料点小売業	利益が望めない、賃上げ要求する政府との現実離れた未来が不安。
162	小規模企業	各種商品小売業	利益が減収の中、賃上げは厳しい。
163	中小企業	化学品製造業	減収減益のなか企業努力では賃上げは厳しい。
164	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	減収の中での賃金UPは既に限界に来ている。
165	小規模企業	家電・情報機器小売業	利益がそこまで増えていないので、会社経営としてはしんどい。
166	中小企業	運輸・倉庫	利益が出ないと賃上げもままならないですね。
167	小規模企業	繊維・繊維製品	会社の利益が上がらないのが問題である。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

		服飾品製造業	
168	小規模企業	化学品卸売業	会社の収益が上がらないと給与へ還元できない。
169	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	とにかく会社が儲かって皆さんに還元できる利益が無いと。
170	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	賃上げするためにも利益を出さないといけない。社員がそれを自分事として考えることが課題。
171	中小企業	専門商品小売業	利益がないのに賃上げなど出来ない。
172	小規模企業	建設	利益が上がらないと賃上げはできない。
173	中小企業	専門サービス業	企業の収益が上がらなければ賃上げはできない。
174	中小企業	機械製造業	政府が賃上げを要求しているが、まず企業の利益が上がらないとどうしようもないのではないかと。
175	小規模企業	建設	利益が薄い賃金を上げていかななくてはならないこと。
176	中小企業	機械・器具卸売業	賃上げするほど利益がないのが現状で、しかし上げなければならぬ。
177	小規模企業	飲食料点小売業	賃上げには賛成であるが、仕入れ価格の高騰で利益が薄いので厳しい。
178	中小企業	紙類・文具・書籍 卸売業	利益が無いので、なかなか多くは上げられない。
179	中小企業	化学品製造業	利益が減少している中での賃上げは非常に厳しい。
180	小規模企業	建設	利益が無いので賃上げできない。
181	小規模企業	リース・賃貸業	賃金を上げるだけの利益が出ていない。
182	小規模企業	化学品製造業	政府の言う2%以上の賃上げなど到底無理。収益を確保するにやむを得ない。
183	小規模企業	建設	利益が出なかったため、給料を下げた。賃上げどころではない。
184	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	利益はそれほど出ていないが出さざるを得なかった。
185	中小企業	飲食料品卸売業	利益が出なくてもやめられないように給与を上げるしかない。
186	中小企業	リース・賃貸業	利益は増えないが、世の中の流れに合わせて賃上げをしている。会社の負担が大きくなる。
187	中小企業	情報サービス業	これだけ価格が上昇していると、従業員の賃金を上げざるを得ないが、企業としての収益は減少しているので、厳しい状況である。
188	中小企業	建設	会社の利益が確保できなければ、給与増額に伴う経費増加により、会社経営の厳しさが増していく。
189	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	利益を圧迫する。
190	中小企業	電気・ガス・水道・ 熱供給業	利益が圧迫される。
191	小規模企業	情報サービス業	売上が増えていない中での給与アップを行っているため利益が減少している。
192	小規模企業	広告関連業	利益が拡大しても人件費に充てるので利益が出にくい。
193	中小企業	専門サービス業	政府の掲げる賃上げ政策に対応するべく、人件費の高騰が避けられず、更なる利益確保をしなければならぬ。
194	中小企業	広告関連業	物価高騰率を意識しながら、自社の収益を比較し出せる範囲で考えている。
195	中小企業	機械・器具卸売業	先の見通しが明瞭であり、かつ潤沢な余剰利益があれば大胆な賃上げを実施したい。
196	小規模企業	専門商品小売業	利幅が低下している状況での賃上げは厳しい。衣食住に直接関連していない業種なので、ことさら厳しい。
197	小規模企業	不動産	利益率の向上。
198	小規模企業	建設	利益率の向上。
199	中小企業	メンテナンス・警 備・検査業	仕事の効率UP、顧客のリピー率UP、仕入原価削減による利益率向上だと考える。
200	小規模企業	建材・家具・窯業・ 土石製品製造業	利益率改善。
201	大企業	専門サービス業	利益率や受注金額の向上が必要。
202	中小企業	広告関連業	利益率のアップとメンバーのスキルアップ。
203	中小企業	機械・器具卸売業	売上・利益の増加が無く賃上げは不可能なので、まず利益率改善を図りたい。
204	中小企業	機械製造業	合理化が進み付かず、利益率が低下している。
205	中小企業	繊維・繊維製品・ 服飾品卸売業	利益率改善のスピードに対し、一般的な賃金上昇ペースから遅い付いていない。
206	中小企業	機械製造業	賃上げに収益力が追い付かない。
207	中小企業	化学品製造業	収益力向上が喫緊の課題。
208	小規模企業	専門サービス業	安定した収益増。
209	小規模企業	精密機械、医療機 械・器具製造業	安定的に一定以上の利益を上げられる状況に、まぎなっていない。
210	中小企業	運輸・倉庫	安定した収益継続の見込みが立たず、賃上げには踏み切れない。
211	小規模企業	建設	会社全体の利益の安定化。
212	中小企業	建材・家具・窯業・ 土石製品卸売業	企業体力の拡充、安定的継続的な利益体質。
213	中小企業	建設	継続的な賃上げが可能か？安定的な収益確保ができるかにかかっている。
214	中小企業	電気機械製造業	継続的な利益の確保と利益の増大が見込めないと、会社としての賃上げに対する会社体力が持続できない。
215	中小企業	機械・器具卸売業	安定収益構造の構築。
216	小規模企業	機械・器具卸売業	利益を上げられない部門があり、その事業をどうするか。
217	中小企業	専門商品小売業	赤字店舗の閉鎖。
218	中小企業	紙類・文具・書籍 卸売業	事業の黒字化。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

219	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	粗利額のアップで、原資を確保すること。
220	小規模企業	建設	粗利の拡充。
221	中小企業	出版・印刷	既存事業の売上、粗利額の低迷、新規事業への転換遅れにより賃上げを行う原資が不足している。
222	中小企業	情報サービス業	賃上げを実施するとしても、事業の業績(特に粗利益)との関わりをどの水準で見切るかについて苦労している。
223	小規模企業	繊維・繊維製品・ 服飾品卸売業	営業力の強化による利益の上昇。
224	中小企業	専門商品小売業	販売力の伸び悩みによる営業利益の減少と残業時間の増加。
225	小規模企業	化学品製造業	会社として増益できていない状態で物価高を理由に賃上げを行っているため、減益となってしまう。売上はほぼ横ばいで新規開拓がうまくいっていないため営業強化と利益率の改善が課題となっている。
226	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	賃上げを定期的に継続してゆくための基本条件はやはり収益の増加であることを踏まえ、新規取引先の開拓、取引条件の改善など地道な努力を積み重ねてゆくことが最も重要であるため、全社員が全てその実現に向かってベクトルを一致させてゆきたい。
227	小規模企業	専門商品小売業	そもそも会社が適正利益を確保出来ていないため、従業員に還元出来ていない。また、コロナ時の借入金や社会保険料の支払い猶予制度などを利用したため、そちらに返済が優先されてしまう。
228	小規模企業	機械・器具卸売業	当然ながら利益を増やせた後の賃上げの流れ。先に賃上げは難しい。
229	小規模企業	農・林・水産	賃金も定期的、定量的に上げていかなければいけないと思うがそれなりの利益を出さなければならぬ。
230	中小企業	専門商品小売業	日本中が賃上げムードで、やらなければならぬ方向だが、会社としては利益が上がっていない現実が重くのしかかる。賃上げと人手不足の板挟みだ。どうしたら良いかわからない。
231	中小企業	メンテナンス・警 備・検査業	前年度が減収減益で、最終は赤字決算であった。今年度は、何としても黒字に転換しなければならぬ。最賃はクリアするが、賃上げができる状況ではない。
232	中小企業	電気機械製造業	賃上げは是非行いたいと考えていますが、実際は赤字が続いており、賃上げの原資となる資金がありません。コロナによる受注減とそれによる売上減少が直撃しているところです。受注と売上、そして利益は改善しつつありますが赤字で資金が底をついており、資金繰りが厳しい状況で、資金を増やすことが第一の課題と考えています。
233	小規模企業	その他の卸売業	利益は変わらない(もしくは減少している)中で、情勢的な観点からの賃上げとなっている。大変厳しいが多数の企業が賃上げを行う事により消費が拡大していくことを願います。
234	中小企業	化学品卸売業	社員の賃上げは利益を確保しなくてはできない。製造には無事故を継続すること。事務にはミスが出ないようにすること。営業には売上目標が達成できるよう良くお客さんと会話すること。全体にはムリ、ムダ、ムラが無いこと。これを機会あるごとに話している。
235	小規模企業	建設	賃金上昇額、会社経営にかかわる諸経費の増加額以上の粗利益の継続的な増加が見込めなければ賃上げは出来ない。
236	中小企業	飲食料品卸売業	販管費中の人件費が上昇傾向にある中で、如何に売上総利益を稼ぐかが最大テーマ。粗利率を上げることが出来なければ、絶対額を稼ぐ必要有り。
237	中小企業	飲食料品小売業	利益の上がり幅と賃上げ幅に乖離がある。賃上げは社会的な流れであり、目の前も上げが根本的な企業としての利益を上げない限り賃上げは続かない。
238	中小企業	建設	従業員の待遇改善の観点から賃上げを実施したいが、利益を確保できない状況下では、物価上昇を上回る水準の実現は非常に難しい。
239	中小企業	化学品製造業	今後の賃上げに耐えうる体力(利益)を確保できるかが最大の課題である。目先は既存製品の値上げが優先課題であり、今後はより付加価値の高い製品の受注を獲得できるかどうか中期的な課題である。
240	小規模企業	建設	現状としてはインフレからの可処分所得が減っているのでそれを補うだけの昇給を来年実施予定。そのための利益確保が必要。
241	中小企業	その他製造業	賃上げをしようとしてもその原資である「付加価値」や「粗利」が増えていないと実施しようがないので、事業の収益性向上が課題です。(これが簡単にいえない)
242	中小企業	リース・賃貸業	不安定な経済情勢の中、継続してベース収益を確保する必要がある。そのための施策をしっかりと定め、実行していくことが必要である。
243	小規模企業	機械製造業	人手不足が深刻化する中、賃上げは従業員の確保(定着率向上・新規採用)の為、避けて通れない課題であり、その原資である適正な利益の確保が経営の最優先事項と考える。
244	大企業	メンテナンス・警 備・検査業	原資の確保。
245	中小企業	建設	原資の確保。
246	小規模企業	建設	原資の確保。
247	小規模企業	建設	原資の確保。
248	中小企業	建設	原資が課題。
249	中小企業	情報サービス業	原資不足、経営陣の覚悟。
250	中小企業	運輸・倉庫	原資が不十分。
251	小規模企業	専門商品小売業	原資がなければ支給できない。
252	中小企業	繊維・繊維製品・ 服飾品小売業	赤字が拡大して賃上げの財源がない。
253	小規模企業	機械・器具卸売業	3年連続の赤字経営で、賃上げの原資が無い。
254	中小企業	化学品卸売業	財源の確保。
255	中小企業	飲食料品・飼料製 造業	資金の捻出。
256	中小企業	情報サービス業	売上増加、利益増加、従業員の成長に伴ったものではない社会的な状況及び雇用維持のための昇給の為、原資の確保、増加の見通しがあるわけではない部分。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

257	中小企業	専門商品小売業	その原資をどのように確保するか難しい。
258	中小企業	機械製造業	賃上げは必須だと思うがその原資を如何に獲得していくかが課題。
259	大企業	医療・福祉・保健衛生業	賃上げの原資確保が課題である。
260	小規模企業	各種商品小売業	賃上げに対する原資が無い。原資が無ければ賃上げは出来ない。
261	中小企業	運輸・倉庫	賃上げを行っているが原資が足りない。
262	小規模企業	機械・器具卸売業	賃金を上げてみましたが、上げる為の原資が目減りする結果となった。
263	小規模企業	専門サービス業	賃上げの必要性は認識しながらも、原資の確保が困難。
264	中小企業	機械・器具卸売業	現時点ですでに原資のあてに苦労しており、今後(賃金上昇の実行)に大きな不安を抱える。
265	小規模企業	機械製造業	どうすれば上げれるか？原資はどこにある？政府が真剣に考えろ！
266	小規模企業	運輸・倉庫	賃上げしたいが原資が生まれてこない。
267	中小企業	機械製造業	大幅な賃上げの原資がない。
268	大企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	更なる賃上げは必要と考えているが、財務的に原資が少ない。
269	小規模企業	化学品製造業	無い袖は振れない。
270	小規模企業	専門サービス業	賃金を維持することで、精一杯である。
271	小規模企業	専門サービス業	経営を維持するのが精一杯で賃上げは無い。
272	中小企業	専門サービス業	特に周りには流されません、借入分を返済するまでは考え無し。
273	小規模企業	機械製造業	資金繰りがギリギリな中、賃上げの財源はどこにあるのか国に問いたい。
274	中小企業	情報サービス業	数年に亘って賃上げをした。価格転嫁した。更には困難。
275	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	賃上げできる状態でない。景気はめっちゃ悪い。国はそれを分かってない。賃上げすると倒産する企業や廃業が増える。年金や生活保護が増える自殺者も増える。
276	小規模企業	建設	就業規則にも、入社面接でも社員には説明し、社会の変化に応じて毎年所得には応えて行く旨説明して有りますが、リーマンショック以降満足に実行できない状況で、企業の在り方に疑問を感じて居ります。社員はここ社会の変化が異常であることに感じ取ってか何も言いませんが苦労しているかと思いますが、企業としては体力が減る一方で重転するのが精一杯で責任を感じます、今の処案は持ち合わせておりません。
277	中小企業	化学品卸売業	昨年度はインフレ対策として「賃与+10万」のような一律対策を行った。しかし今年度はそれをねん出することが難しい。
278	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	目下の状況で、従業員的生活を思い、出来るだけのことをしてきたが、これ以上は会社の体力の問題がある(限界に近い)。
279	中小企業	自動車・同部品小売業	財源の確保が重要ではあるが、先行投資として行っている。
280	中小企業	出版・印刷	経営回復。
281	大企業	その他サービス業	未だ業績回復途上にあり、ベースアップを行うまでに至っていない。
282	小規模企業	その他の卸売業	企業業績の向上。
283	中小企業	その他製造業	企業業績の向上。
284	中小企業	飲食料品卸売業	業績の維持。
285	小規模企業	化学品製造業	賃上げに見合った業績でなく、仕方なく賃上げしたのが実情である。
286	中小企業	飲食料品・飼料製造業	中小企業は業績不振で賃上げ出来ない。
287	中小企業	機械・器具卸売業	業績が悪化している為賃上げ出来ない。
288	中小企業	飲食料品・飼料製造業	企業業績が厳しい中、賃上げは厳しい。
289	中小企業	不動産	賃上げしたくても会社の業績が悪い。
290	中小企業	家電・情報機器小売業	中小企業は賃上げ余力がない。
291	小規模企業	建設	少規模企業の賃上げは非常に厳しい状況です。
292	小規模企業	自動車・同部品小売業	業績、利益が減少する中で、賃上げをせざるを得ない状況は、中小零細企業をこの世から抹殺したい政府の思惑が見え見えである。
293	小規模企業	その他サービス業	会社の経営状態が今一步のため、当分賃上げが出来る状況ではない。
294	小規模企業	電気機械製造業	経営状態が良くないため、賃上げに資金を回せない。赤字がこの数年常態化してしまっており、事業継続自体が苦しい。
295	小規模企業	建設	前年実績を下回る予想の為、今は賃上げ出来そうじゃない。
296	小規模企業	広告関連業	ベースアップを予定していたが経営環境が思われないため断念した。
297	中小企業	娯楽サービス	賃上げをしているが、業績アップにはつながらない。
298	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	賃上げしたいが、業績が上がらないと中小企業では厳しい。世の中の景気が全体的に上がらないと現実賃上げは厳しい。
299	小規模企業	建設	業績に対して昇給しているが、ここ数年業績が増加していないので昇給が出来ない。世間は給料を上げると言うが、業績が伸びてなく損益では昇給出来ない。筋が通らない。
300	小規模企業	飲食料品卸売業	コロナで落ち込んだ分を取り返すことが当面の課題。
301	中小企業	輸送用機械・器具製造業	コロナ時の負債が膨らみ、財務体質の改善ができておらず、賃金への還元に至っていない。
302	中小企業	機械製造業	資材高騰で業績が悪化したため。
303	中小企業	その他の卸売業	中国の経済悪化で輸出が激減し、国内営業もそれほど伸びていないので、来期の賃上げは困難。
304	中小企業	飲食料品・飼料製造業	会社の業績次第。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

		造業	
305	中小企業	運輸・倉庫	単純に売上や利益に比例できない。
306	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	業績と比例して行くので、一方的には上げられない。世間には合わせにくい面もある。
307	中小企業	旅館・ホテル	賃上げは、足元の業績回復がきちんと確認出来てからとなります。尚、パートさんの時給は賃上げを実施しました。
308	中小企業	専門サービス業	営業成績の波があり、安定性を高めたい。
309	中小企業	機械製造業	企業業績確保があって賃上げが前に進む。今後如何に企業業績を確保して行くのかが不透明な部分である。頑張りどころです。
310	中小企業	運輸・倉庫	社会的に賃上げムードの今日であり弊社が経理上出来る範囲で上記のことを実施致しました。今後も財務内容を見極めながら実施していく方針。
311	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	会社の景況が不安。

規模	業種	内容(単価の引上げ・価格転嫁等)	
312	中小企業	化学品製造業	価格転嫁。
313	中小企業	機械製造業	価格転嫁が課題である。
314	中小企業	建設	価格転嫁が難しい。元請との契約金額及び支払条件。
315	中小企業	機械製造業	価格転嫁が今後の課題。
316	小規模企業	情報サービス業	価格転嫁できていない。弊社のような仕入れを伴わないサービス業は難しい。「給料上げるので値上げ」とは言いにくい。
317	中小企業	運輸・倉庫	価格転嫁を進める事。
318	中小企業	情報サービス業	中小では賃上げは難しい。価格転嫁が出来ない。
319	中小企業	専門サービス業	BtoBで、価格転嫁できる構造が必要。供給者が過剰であるため、価格転嫁ができない。中小企業のM&Aや廃業など競争力が低い会社を上手く整理する方法が必要。転職を容易にし、給料が上げられない会社は、従業員が居なくなる社会構造の変革が必要。
320	大企業	その他サービス業	賃上げの原資としても各種コストアップの顧客転嫁(値上げ)を徹底していかねばならない。政府は賃上げを要求するばかりではなく、BtoBの業態でも値上げが受け入れられやすい政策を具体的に展開して欲しい。
321	中小企業	情報サービス業	商品の価格に簡単には転嫁できない。
322	中小企業	飲食料品卸売業	物価上昇に対応した賃金の是正が必要で、商品の価格転嫁を進め業績を上げる。
323	中小企業	その他の卸売業	企業努力を超えた原価上昇分の売価への転嫁。
324	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	今年度の決算状況を鑑みて検討するという程度。足元の仕入れは値上げが多いが売価に反映が難しい状況なので。
325	中小企業	建設	原材料費・労務費の上昇分が価格転嫁しきれず、利益確保が充分でない。
326	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	中小企業の中には賃上げをしたくてもできない企業がある。原材料費が高騰しているのに、それを製品の価格に転嫁できないことが一番の問題です。
327	中小企業	電気機械製造業	原価高が客先売価に速やかに展開できない(客先から認められない)。
328	中小企業	電気機械製造業	仕入価格が販売価格への転嫁が進まず、特に売上比率が高いOEMユーザーがその傾向にあり、粗利を圧迫して賃上げの見通しが立たない。
329	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	賃上げは社員の生活や将来に不可欠と考えているが、運送コスト・副資材・電気代などのコストの値上げは転嫁できていない。仕入先からの値上げのみで業界は推移している。これは将来的には大きな問題となる。
330	中小企業	化学品卸売業	とにかく、価格転嫁を確実にし、売上を第一目標とせず、利益の確保と、利益の増加をお客様の理解を得ながら実施していくこと。でなければ、賃上げの実施は出来ない。
331	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	賃上げ原資は製品価格への転嫁を主とした利益率の向上に求めざるを得ないが、思うようには価格転嫁が進まない。生産効率の向上と人材確保も頭が痛い。
332	中小企業	飲食店	賃上げに必要な原資を作るために、一番は商品価格への転嫁が今後でも継続するか課題。直近一年間は日本全体で商品への値上げが許容される雰囲気になっていしたが、現状は一服感と消費者の値上げに対する拒否感が少しずつ強まっているように感じる。
333	小規模企業	機械製造業	賃上げは積極的に実施したいが、原材料の高騰が販売価格に転嫁できておらず非常に難しい状況。
334	中小企業	飲食料品・飼料製造業	製品原価に100%転嫁が難しいが、賃上げをしないと雇用の維持が難しい。
335	中小企業	運輸・倉庫	原材料費、燃料費等の仕入れ価格高騰に対する運賃転嫁が進まず、賃上げできる状況ではない。
336	小規模企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	原材料価格の高騰分の転嫁分が大きすぎるため、賃上げ分の加工賃改定が難しいと思います。
337	大企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	原材料費を全て売価に転嫁できていない状況で、賃上げを物価上昇に比例した形でできていない。
338	中小企業	機械製造業	原材料の価格転嫁が賃上げペースに追いついていない。
339	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	原材料費の高止まり、エネルギー費の高騰、円安、人件費の上昇などが販売価格へ転嫁できていない事。デフレマインドが未だにあり、価格を上げると同業他社が価格をくっつけて来る。
340	小規模企業	飲食料品卸売業	年々利益が圧迫されているのに、賃上げが簡単に出来るわけがない。仕入の値上げ分は、販売価格に乘せられているが、輸送費等の諸経費について全く乗せられていない。
341	中小企業	人材派遣・紹介業	コストアップを充分に販売価格に転嫁できていないので、賃上げし続けるのが難しい。
342	中小企業	化学品製造業	賃上げに見合った利益の増加が困難な状況にあり、利益率が落ちている。原料高、経費の上昇に見合った販売価格への転嫁ができていない。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

343	大企業	金融	円安・物価高をベースとして考えると、賃上げよりも物価の上昇スピードが速く追いつかないだけでなく、企業側の原資となる売上・利益の確保によりリアルタイムな価格転嫁が求められるため、現実的ではない。まずは、物価を一定水準に安定させる状況を実現し、企業業績が安定した状態で、適正な賃金状況へ導くことができるとよいと思います。
344	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	原材料のコストアップは納入先より1年以上掛かって認めてもらったが、人件費や社会負担コストは認めてもらえない。
345	中小企業	電気機械製造業	採用や従業員のため、賃上げは行っているが、我々下請製造業は製品価格に転嫁することが難しいので困っている。
346	小規模企業	飲食料点小売業	最低賃金上昇に伴い賃上げを余儀なくされているが、価格に反映しづらい情勢のため利益が圧迫されている。
347	中小企業	輸送用機械・器具製造業	賃上げは実施したがその費用を販売価格には転嫁できていない。
348	中小企業	情報サービス業	元請けからの人件費の価格転嫁が激しく、生産性でカバーしているが、今後の賃上げには課題がある。
349	小規模企業	建設	世の中の流れに応じて賃上げは実施したが、経費高くなって内容が悪くなった感じです。コストアップになった分を価格アップできていないので、今後の課題です。
350	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	材料・エネルギー等コスト高騰に加え従業員の生活防衛のため、苦しい中賃上げに踏み切った。役員報酬やステークホルダーへの還元は全て後回しになっている。来期はコスト転嫁が進み、還元できると考えている。
351	中小企業	その他サービス業	物価高に対する価格転嫁よりも先に、賃金アップも同時求められる。コロナ禍からの体力回復の途上に、これに直面しており、賃上げの原資確保は、借入金に頼るなど厳しい状況にある。
352	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	賃上げは取引先に価格改定の理由として通らないため、利益を減らすだけ。どこまで上げられるかは厳しい現状がある。
353	中小企業	輸送用機械・器具製造業	価格転嫁が進まない状況で、物価上昇や政府からの賃上要求、上場企業を主に賃上げが行われている。こう言った状況下で中小企業において賃上げせざるを得ない状況である。止むを得ず僅かながらでも賃上げ対応しているが、実際には厳しい状況にある。
354	小規模企業	建設	物価も上がっているのに、仕方なく賃上げを行った。工事価格を急に上げるわけにもいかず、材料費も上がっているのに、経営は厳しくなる一方です。
355	小規模企業	専門サービス業	世間の物価上昇ほどの賃上げに至っていない。理由は、クライアントからの発注金額が変わらないため。つまり賃上げはしているが、それは自社の利益を削っている状態である。弊社は極小企業の受託中心の売上構造のため、大企業からの発注金額が増加する以外には売上増は臨めない。新規案件の受注努力もするが、労力は増える＝残業代が増えるという構造しか変わらない。大元の発注金額の増加を促したい。
356	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	賃上げについては価格転嫁が難しい。
357	中小企業	電気機械製造業	賃上げによる人件費の増加分を売価に転嫁できない。
358	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	人件費のアップに対し、販売価格への転嫁が十分できていない。
359	小規模企業	化学品製造業	人件費ばかり上がって、製品単価が上がらないので内部留保が目減りする一方です。
360	中小企業	旅館・ホテル	人件費の上昇を価格転嫁できるかが課題。
361	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	企業間物価を上げること。人件費上昇を認めさせられるかどうか。
362	中小企業	機械・器具卸売業	賃上げ分の額をいかに価格転嫁を行う必要があるのか、いかに客先の理解を得られるのか。
363	中小企業	旅館・ホテル	今後の賃金上昇に見合う販売価格への転嫁が予定通りできるか不安なところがある。
364	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	今後の賃金上昇がどこまで行くのかで対策が必要。価格に転嫁できるか。
365	中小企業	娯楽サービス	今後更に賃上げ傾向に向かうが、価格転嫁できるかな？
366	中小企業	人材派遣・紹介業	物価上昇分程度の賃上げを実施したいが、取引先との価格上昇が限られ、思うような改定が出来ない。
367	中小企業	人材派遣・紹介業	人材確保のため、賃金の底上げを兼ね、大幅に賃金規程を見直す予定だが、客先の単価アップが認められれば、すんなり昇給も可能だが、なんとなく無い軸は振れない状態になりそうな感触です。
368	中小企業	飲食料品・飼料製造業	昨今の値上げは人件費以外のコスト上昇に伴うもので、賃上げに回すための値上げを行うためには、更に値上げしなければならないので現状では厳しい。
369	中小企業	情報サービス業	対外的な人件費(単価)UPの交渉が難しい。たまた、上げてくれれば納得してくれない。そのあたりの政治的サポート、社会的理解が欲しい。
370	中小企業	機械製造業	24年の賃上げについては疑念がある。今までの原材料及び電気料金高騰等は顧客が認めてくれたが、24年度の賃上げ分は顧客が認めてくれるかが問題です。例えば賃上げのための交渉で客先は「企業内努力」という理由で価格転嫁は認めてくれないと思う。(経団連は賃上げ賛成と言っているが)※まずは大企業に再度賃上げ分も認めさせる政府の圧力が大事。
371	中小企業	運輸・倉庫	毎月の給与が上がるように、ベースアップを行ったが利益が一気に下がる見込み。その分を販売価格に乗せるべく交渉は行っている。(大口のお客様は次年度の価格転嫁は認めて貰っている)がそれ以外はまだまだであるため、次年度の業績がどうなるかは未確定。
372	中小企業	機械製造業	労務費上昇に伴う顧客への値上げ交渉に対し、受注品目他社への相見積り転注懸念があるため思うように交渉が進んでいない。各営業担当者も躊躇しており、収益の低下に繋がっている。
373	中小企業	人材派遣・紹介業	労働者派遣事業者として、毎年、労使協定方式の職業安定統計職種別賃金が時給20円から30円上がっており(R5年4月で4回目)、取引先の派遣先がどこまで、毎年、派遣料金の値上げに応じてくれるかわからない。
374	中小企業	運輸・倉庫	物価上昇と賃金と受注価格とのバランスは合っておりませんが、社員さんは物価が上がっている中ででの生活がある為、会社として出来る範囲は賃金UPしなければならぬと感じて実施しております。
375	小規模企業	建設	物価高騰による社員の生活費は間違いなく増えています。企業においても仕入単価は上昇しており、それを売上に転嫁する今は過渡期です。今後その転嫁分が今以上の賃上げに帰すると思います。
376	中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	これからの社会情勢及び補助金等の支援を受けている中で「賃上げ」は必要不可欠であると思う。当社ではそういう取組に向けて、当社の製品を常に「適正価格」で販売すること又は販売できる商品づくりを目指している。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

377	中小企業	その他サービス業	大手企業が値上げに応じてくれれば明日にでも賃上げする。
378	小規模企業	機械・器具卸売業	大企業に比べ、中小企業は製品価格の上昇率が低い。部品・部材価格の高騰のスピードに追いつけない。
379	中小企業	情報サービス業	人材流出を避けるために賃上げを行っているが、取引先(大手企業)が単価交渉に応じてくれないため、限界がきている。
380	小規模企業	化学製品製造業	原料高と電気代の高騰の中で、販売価格の値上げを要望より認めない大手企業が多い。適正値上げの理解がないと賃上げや企業業績向上が望めない。
381	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	大企業が率先して下請企業からの仕入商品の値上げを働きかけてあげるべき。そうしないと中小企業の賃上げは実現しない。
382	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	中小企業では、安定した利益計上なくして賃上げの対応は難しいのが実態。価格転嫁がスムーズにできる雰囲気づくりが大事だと思う。
383	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	賃上げ原資の確保。具体的には、労務費・人件費上昇分の価格転嫁へのコンセンサス(大手企業による理解)が十分でないこと。
384	小規模企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	物価高に対応するため若干の賃金を上げた。物価高に対して賃上げが追いついていない。発注元大手企業にもう少し価格を値上げしてほしい。
385	中小企業	機械・器具卸売業	受注先企業(大企業)からの下請単価は依然としてコストカット要請を受け、受注単価を上げる話など到底聞かれない中で、最低賃金による人件費の値上げや人材確保のための賃上げばかりで労働力コストを吸収できず、企業体力はぎりぎりの状態。発注先に一律5%発注単価の値上げを指示するなど政府の強力な指導が必要。
386	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	政府は賃上げを叫んでいるが、賃上げする場合まず製品の値上げが必要となる。しかし、大手販売企業及び大手製品消費企業は値上げを認めない。値上げを通知すれば海外製品に切り替えられる。しかし、新聞、メディアが賃上げを叫ぶので我々零細企業も人手不足もあり賃上げをせざるを得ない。もちろん結果として決算は赤字になる。将来日本では繊維製品製造産業は無くなると思う。
387	中小企業	機械製造業	政府が賃上げをしろとうるさいが中小企業は100%の価格転嫁を客先が認めてくれないので利益が残らない。イコール賃上げなんて夢のまた夢。罰則を設けて大企業に価格転嫁を認めるように促して欲しい。ただ無理しても賃上げを実施しないと人材が確保できない。日本の中小企業は10年後半減するのでは??
388	中小企業	機械・器具卸売業	総理の賃上げ要請の発言は、中小企業の現状を理解していると言えませんが、大企業も輸出産業が円安で潤っていますが、短期的な為替変動をベースアップに振り向けるとは思えません。大手企業との取引先が多く、値上げ要請をしても転注されるだけです。価格以外に魅力がない企業は無くなって良いということかもしれませんね。
389	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	賃上げの目標だけ政府に掲げられてもそれに付随する売上がついて来ていない。また、原材料費の高値安定や販売先にその価格上昇分を飲み込んでもらえない現実があることを知って欲しい。大企業ばかりの政策ばかりでなく、また大企業と同じ綱掛けをしないで欲しい。
390	中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	賃金のベースアップをするには商品・サービスの値上げが必要。2030年半ばまでに最低賃金1,500円を目指すとのことで、毎年最低賃金がアップしている。その賃金水準以上を保つためには商品の値上げ活動を毎年行う必要がある。(値上げ活動は、多くの時間と多くの手間が必要で、通常の営業活動ができず年々出荷量が落ちていく企業もあると聞く。)「賃上げ」「最低賃金アップ」と言うと聞こえが良いが、それは商品・サービスの価格上昇につながるということをしっかり説明し、理解させる必要がある。
391	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	原材料の値上げが浸透しつつあるが、製品の価格上昇は道半ばとの感じがする。
392	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	仕入価格の値上がりは避けられないが、それに伴う販売の値上げ交渉が遅れており、賃上げの原資確保が難しい。
393	中小企業	リース・賃貸業	仕入価格の上昇を上回る価格転嫁出来る事業構成をベースにした継続的営業利益が出せる状態。
394	中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	上げてあげたいが、元手になるお金がない。仕入れ先様あっての弊社の為、値上げはできる限り要望に応えたが、得意先はなかなか要望への満額回答はなく、経営が困難な状態。当然、価格が全く見合わない、値上げをしてくれない商品を断った事による売上低迷も原因である。
395	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	賃上げの原資は売上であるが、サプライチェーンでユーザーが一番近い川下の企業が適正な価格を付けないと、単価の値上げにはつながらない。そういう意味で、中小企業庁は、直接顧客の値上げ承諾の状況を把握するのではなく、サプライチェーンの最終企業の値上げ承諾状況を調査しないといけない。
396	小規模企業	飲食料品卸売業	状況的に賃上げの状況ではない。取引先が率先して仕入単価、販売単価を上げなければ中間流通業者は疲弊するもので、自由競争なら同品質で競合出来るような仕組みを作らなければ、末端消費者は、このままバブル期以降の価値基準を踏襲して価格が割に偏った消費を続け負のスパイラルを継承すると考える。
397	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	長期にわたるデフレのため、モノの価格が据え置きもしくは低下の時代が長く、従業員の数を減らしながら、粗利を確保する以外製造業では賃金が上げにくい状況であった。自社製品も含め、全てのものが上がり賃金を上げる機運ではある。
398	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	コスト増を十分に価格転嫁できない中で賃金の引上げは厳しい、大手小売りの価格引上げへの抵抗は未だある。
399	中小企業	飲食料品・飼料製造業	流通業(小売り各社)の理解。
400	中小企業	各種商品小売業	食品小売業においては、大手NB(ナショナルブランド)メーカーが作る商品については、販管費を上乘せした販売が難しいため、利益の源泉は生鮮食品への強化しかありません。大手NBメーカー自身は自社のコストを商品価格に乗せてきていますが、値段が設定されている以上、そこから小売側のコストを上乘せできないことが大きな課題といえます。
401	中小企業	電気機械製造業	顧客からのコスト削減要求がより厳しくなっており、サプライチェーン全体での所得拡大に繋がっていない。
402	小規模企業	建設	中小企業では、物価高騰を販売価格に容易に転嫁できない。物価、資材高騰を世間全体が認識し、全体でアップしなければ、中小は賃上げは難しい。
403	小規模企業	飲食料品小売業	賃上げは最低賃金までは強制で、商品の価格改定は競争しながらなのでバランスが悪い。業界として価格改定の指針が出て広く世の中に浸透すると活動しやすい。
404	中小企業	運輸・倉庫	賃上げをしたいが、なかなか発注者の理解が得られない。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

405	中小企業	建設	賃上げの必要性について、施主・元受業者・下請業者において総論では理解しているものの、各論(個別案件)では浸透しているとは言えない。
406	中小企業	その他の卸売業	販売価格の値上げの依頼や受入を、受入拒否や買い控えなどの影響が出ないように進めることが賃上げの最大の課題となっている。
407	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	契約先の理解が得られず希望額の半分程度となったため、社会保障費の増大や最低賃金の上昇に追いつけない。元請けや発注元が理解してもらえないと零細企業は立ち行かなくなる。
408	小規模企業	建設	賃上げに向けた商品、工事代金の上昇を顧客、元請けが受け入れられる状況が必要。
409	中小企業	専門サービス業	建設業は重層下請構造であり労働組合も少ないため、人件費が上がった分、労働者が賃上げされるかという効果は薄いと感じている。ある程度、発注者や元請け会社が賃金額について取り決めることが必要ではないか。
410	小規模企業	建設	建設下請体制において賃上げを上奏しても、自由競争の名のもとに消えてしまう。
411	中小企業	農・林・水産	公共工事等の積算事業費アップ。
412	中小企業	建設	公共工事の発注金額が増えないと賃上げが難しい。
413	中小企業	建設	当社の場合は、公共工事が多いので役所の労務単価の上昇をしてもらう必要がある。
414	中小企業	建設	弊社は公共工事の売上比率が高いが、発注元である自治体の金額が国の要求する賃上げ率に追いついていない。また、週休2日間を謳いながら、工事に入ると発注元の様々な要望により時間外労働を強い結果になってしまっている。従業員の賃上げを行っているが、企業の存続のために赤字になることはできない。そのため現実的には賃上げ率は低くなる。
415	小規模企業	建設	弊社は建設関係の企業ですが、請負金額が激しく賃上げは現状では難しいです。まずは公共工事で発注金額の見直しをお願いしたいです。民間はそれからだと思います。
416	中小企業	その他サービス業	地公共団体と長期契約を結んでいるが、人件費・物価高騰が反映されていない。契約の見直しが必要である。
417	中小企業	運輸・倉庫	料金、運賃の値上げは諸原価の高騰に追いついていない。この状況下で給与増額を行った場合、利益率縮小を容認するしかない。
418	中小企業	運輸・倉庫	運賃が上がれば、ドライバーに対して還元できる(賃上げが出来る)。
419	中小企業	運輸・倉庫	運賃を大幅に引き上げることが出来れば、賃上げは可能。
420	中小企業	運輸・倉庫	運送単価が上がらないので人件費に転嫁出来ない。
421	中小企業	運輸・倉庫	運送業で燃料費や車両価格が上がっているが、その分の運賃値上げが出来ていない状況なので賃上げできない。賃上げ分の値上げを顧客に要求しても、自社でもそれほど賃上げ出来ていないと断られる。
422	中小企業	運輸・倉庫	従業員の賃上げは必要であるが、原資の確保のために運賃の値上げをしなければならぬ。運賃値上げについて荷主の理解が十分でないと感じる時がある。
423	中小企業	運輸・倉庫	荷主の理解が得られず持ち出しとなっている。
424	中小企業	運輸・倉庫	荷主との運賃交渉が重要で地道に実施して行く。
425	中小企業	運輸・倉庫	2024年問題と称される課題は自社の従業員の賃金アップは必達目標となる。(人材流出を防ぐ為) 荷主への値上げ交渉を成功させ原資を獲得する必要がある。
426	中小企業	運輸・倉庫	今後配送料金を上げていかないと賃上げ実行は難しい。
427	中小企業	運輸・倉庫	売価が陸運局で定められているため、急な原料高騰に対応しづらく賃上げに対し慎重にならざるを得ない。
428	大企業	医療・福祉・保健衛生業	厚労省の定める診療報酬によって収入の上限が決まられており、その中で賃上げには限界があるが相当無理をしている状態です。
429	小規模企業	医療・福祉・保健衛生業	社会保険診療報酬の上昇がなければ賃上げは難しい。
430	小規模企業	医薬品・日用雑貨品小売業	最低賃金の上昇に伴い賃上げをしたが、保険薬局の為、価格決定権がなく価格の改訂ができない。物価に連動して保険点数を改訂して頂けないと経営が困難になる。
431	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	労働集約型のサービス業(清掃・警備)は特に値上げ要請をしても断られやすく、最低賃金が300円以上低かった時代の契約のまま契約内容の見直しを拒絶され、結果収益のみ悪化していく。
432	小規模企業	飲食料品小売業	クライアントから貰える金額が決まっている為、賃上げができない。
433	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	請負収入額が増えない。
434	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	病院からの業務委託費が変わらないため、賃上げが難しい。
435	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	元請け金額変わらないのに何年、給与やバイトの給与をあげるのか。会社の体力勝負でしかない。
436	小規模企業	建設	物価の上昇により賃上げを行いました。元請けからの単価の増額がありません。元請けは自分の利益を上げることに必死です。
437	中小企業	情報サービス業	弊社は社員十数名の下請に準ずる会社なので発注元が委託単価を上げてくれない限り賃上げは不可能です。
438	中小企業	化学品製造業	委託費用の引上げ。
439	小規模企業	情報サービス業	社長の一人会社であり、それを外注が補っている。弊社は下請であり元受けからの委託料が上がらないと外注費を上げることはできない。
440	小規模企業	金融	人件費の引上げによって景気は緩やかに良くなると思います。弊社にとっては人件費に比例して価格を上げることができない。手数料商売なのでそのギャップで経営は苦しくなると感じています。
441	中小企業	情報サービス業	取引先単価交渉。
442	中小企業	情報サービス業	取引単価の値上げの交渉。
443	中小企業	運輸・倉庫	賃上げが取引単価の上昇に反映しづらい事。
444	中小企業	情報サービス業	売上単価の交渉が難しい。
445	中小企業	機械製造業	売上単価への波及・顧客の理解が難しく、原資の確保が問題となっている。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

446	小規模企業	化学品卸売業	売上単価を増やしたいが、需要が旺盛ではない。
447	中小企業	機械・器具卸売業	業界の単価が上がらないと、社員に還元できない。
448	中小企業	電気機械製造業	ベースUPに伴い、製品単価の見直し。
449	中小企業	化学品製造業	現在の会社の状況ではとても賃上げできない。コロナの影響で製品価格が通常よりもかなり低いところ取引されている。
450	中小企業	輸送用機械・器具製造業	販売価格のアップ。
451	小規模企業	電気機械製造業	製品の販売価格を値上げてきて初めて賃金アップが可能。当然顧客が材料仕入価格上昇分と人件費上昇に伴う値上げ要求に対応してもらえなければ賃上げは難しい。
452	中小企業	専門商品小売業	販売単価の上昇。
453	中小企業	飲食品・飼料製造業	販売商品の再度の値上げにより収益を拡大して、賃金の値上げに取り組まない。
454	中小企業	その他の卸売業	賃上げは、物価高に苛まれる従業員の生活を守るためのように語られますが、企業とすれば、当然にコストです。製造業であれば、「転嫁」として交渉のテーブルが用意されるのですが、私共の先様の中心が農家さんであるため、農家さんを救っていただけないと、実質的な「転嫁」など不可能です。単なるきれいごとを語っている方々が多いと思えます。
455	中小企業	娯楽サービス	零細企業にとっては販売額も上げられず、円安のため仕入額だけが上がっている中で賃上げはとても苦しい。
456	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	請負単価が上がらないと無理。また海外に進出しているところの取引単価が下げられる傾向が大きくなってきている。国内を上げるとこういうことばなることは国はわかっているのか？
457	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	受注単価上昇が必須条件と考えます。
458	中小企業	建設	賃上げを国は進めようとしているが、受注単価、利益率の向上しない限り賃上げは到底不可能です。
459	中小企業	建設	顧客に単価値上げをしてもらえるところをばしょう。
460	中小企業	建設	会社として賃上げはしたいが、中小企業では、発注先からの単価等の上昇が無ければ、社員の期待に応える賃上げへの対応が難しい。
461	中小企業	人材派遣・紹介業	派遣事業における単価アップが難しく、社員への賃上げも厳しい。
462	中小企業	情報サービス業	発注先の単価アップに準じて給料(賞与・退職金を含む)に反映するようにしている。
463	中小企業	情報サービス業	賃上げと同時に販売単価アップを行い、経済の活性化が必要。
464	小規模企業	農・林・水産	生産物販売の価格上昇と基盤拡大。
465	小規模企業	機械製造業	見積原価の見直しを行った。
466	小規模企業	娯楽サービス	顧客より収受する料金の増額改定を20年振りに実施したが、今後もある程度の期間を経て、適切に実施していく必要がある。
467	中小企業	不動産	貸室料金の改定。
468	中小企業	農・林・水産	再生産が可能な価格。

(ii) 経費に関する課題(原材料費・エネルギー価格のコスト増等)

- ・原材料費・エネルギー価格の高騰が利益を圧迫して賃上げが困難である、といった内容の回答が見られた(番号469~522)。

規模	業種	内容(原材料費・エネルギー価格のコスト増等)	
469	小規模企業	建材・家具、窯業・土石製品製造業	物価高騰。
470	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	物価上昇が課題。
471	中小企業	その他サービス業	材料の高騰、売上の低迷。
472	中小企業	飲食品卸売業	物価高騰による経費増で、賃上げ達成が難しい。
473	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	物価高騰が賃上げのペースを超えている。
474	中小企業	運輸・倉庫	物価高騰に追いつかない。
475	中小企業	化学品卸売業	物価高に追いついていない。
476	大企業	専門商品小売業	物価高には追いついていない。
477	中小企業	機械製造業	賃上げをしても物価上昇に追いついていないのが実情。
478	中小企業	機械・器具卸売業	賃上げしたが、それ以上の物価の高騰が続いている。
479	中小企業	金融	ベースアップはしたが、物価上昇率の方が上回っている気がする。
480	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	賃上げ率はインフレ率を下回った。
481	中小企業	化学品卸売業	賃上げ率が、物価上昇に追いついていない。本社の利用するコンサル会社のデータが実勢より低いものを使っていることが現場と乖離している。(数社の中から、選択はされている。)
482	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	ガソリンと食品、生活消耗品の価格が上がりすぎて、追いつきません。
483	中小企業	建設	物価上昇をカバーする給与水準を今後も維持できるかどうかは、中小企業にとっては容易ではないと感じている。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

484	小規模企業	機械製造業	物価の上昇に伴い、賃上げを実施したが、光熱費、ガソリン代等の補充には打つ手はないと感じている。
485	小規模企業	建設	原材料の高騰により利益が上がらず、賃上げの実質的な要素がない。
486	小規模企業	建設	世間は賃上げをしるというが材料費、光熱費など値上げラッシュの中でどうすることもできないのが現状です。
487	中小企業	飲食料品・飼料製造業	売上が増加した分が、原材料費、電気、ガス代、運賃等で相殺されている。
488	中小企業	建設	材料費、外注費の高騰により、賃上げを実現できる金額を確保できない状況。
489	小規模企業	飲食店	原価、経費の高騰により、賃金を上げたくても上げられない現状がある。
490	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	昨今の原材料高騰、仕入れ商品の値上がりを受け、採算性が低下する中で賃上げによる人件費の高騰は本来なら避けたい。
491	小規模企業	化学品卸売業	原料費の高騰で売上に対する収益力が下がっているところに、諸経費が上がっている為、同等の仕事量に対して経費は余分に掛かっており、賃上げに廻せる余力が確保できていない。
492	大企業	医療・福祉・保健衛生業	業種柄、販売価格が低額であるため、物価高騰下での賃上げ分のファンド確保がますます難しくなっている。
493	中小企業	建設	原価高騰による利益低下の影響を受けている中、賃上げの原資をいかに捻出するかが課題。
494	中小企業	機械・器具卸売業	売上高上昇が仕入高などのコスト上昇を補いきれず、賃上げ原資を圧迫している。
495	中小企業	電気機械製造業	原材料高で利益が圧迫しているのを何とかしたい。
496	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	原材料の低減が最大のポイントになると考えられる。
497	大企業	各種商品小売業	エネルギー価格上昇により利益圧迫。
498	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	利益の確保が大きな課題である。原材料や経費額的大幅なアップにより、賃金に回せる原資が減っている。商品価格に反映できると、賃上げに前向きな環境が整い好循環が生まれやすいと感じている。
499	中小企業	機械・器具卸売業	原材料高騰、物価上昇、円安による利益率確保。
500	中小企業	建設	資機材及び下請施工費の高騰により利益率が低下している状況での賃上げは厳しい。
501	中小企業	人材派遣・紹介業	物価上昇等の要因で利益率が低下してきている。何とか賃上げ出来る原資を確保するように利益率を上げていくことが課題となっている。
502	小規模企業	機械製造業	物価高、仕入高など全ての物が値上がり、収益が悪化している中で更なる賃上げは経営を悪化させている。販売価格を値上げしても追いつかない状態である。
503	中小企業	金融	物価高は企業収益にも影響しており、当初想定する利益確保が厳しくなっている。そのような状況下において、賃上げ実行は経営判断に委ねられている。
504	中小企業	旅館・ホテル	物価高、主に電気代や原油高で原資が大幅に持っていかなかった。継続的な原資確保が大切であり、一時的な法人税減税は将来に良くない。経費が増加するので経費削減で対応するべき事。特に日本は商品単価が上がりにくい(上げにくい国)だと思います。実際原材料費の転嫁率は100%ほど遠く及んでいない。
505	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	物価の上昇分、給与も上げてあげたいが、安全衛生面の法改正なども頻繁にあり、今まで必要としていないコストも増大しており、会社存続を考えたとき、そこまでの地力がありません。
506	小規模企業	専門商品小売業	賃上げができる状態ではない。物価が上がりにすぎて売上が落ちていて、仕入れ、固定費が上がりにすぎて困ったものです。
507	小規模企業	専門商品小売業	仕入れ価格の上昇により増収減益が続いているので、賃上げをする余裕がありません。
508	中小企業	出版・印刷	賃上げをしたが、仕入れ・燃料費等上昇し、景気も回復しないので利益が減ったので厳しい。
509	小規模企業	電気機械製造業	企業の収益増加による賃上げではなく、物価上昇による離職対策のための賃上げの側面が強い。ため事業者としての体力が削られる内容になっている。
510	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	材料や燃料費の高騰が続く中、ベースアップ実行分の労務費をどこから捻出するか課題。
511	中小企業	輸送用機械・器具製造業	賃上げ、賞与の増額を行って行きたいが、それを上回る原材料価格等の高騰、来年更なる輸送費の高騰もあり、思うように上げていくことが出来ない。
512	中小企業	機械・器具卸売業	今年は、従業員全員に一律1万円のベースアップを実施したが、製造原価の大幅高騰で、利益が大幅低下しており、給与アップの原資が少なくなっている。
513	小規模企業	建設	受注金額は上がっているものの、物価高に伴う仕入れ価格の上昇、また、インボイス制度に伴い下請業者からの値上げ要請もあり、物価高に見合った賃金アップを行うまでの余裕が現時点ではない。
514	中小企業	専門サービス業	物価上昇に伴い、現状の経営内容を説明し、全員で経費節約を目指し、その節約目標を賃上げに反映させました。
515	中小企業	その他製造業	一般的ですが、コストプッシュのインフレが進行しているため、5%の賃上げがなかなか難しいと思います。人件費は賃金だけではありませんし…。
516	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	賃上げた分のコスト低減…効率・能率を思案中。
517	中小企業	医療・福祉・保健衛生業	会社の昨年一年間の増益分以上の賃上げ及び臨時ボーナスを支給したが、社員のイメージより額が少なかつたらしく好評ではなかった。個々に仕事量の増加は身に染みているが仕入れ等の支払増加分が理解されていない。
518	中小企業	飲食料品小売業	今後も“更なる賃上げ”が継続すると予想される為、“原材料費高騰”“エネルギーコスト上昇”“物流2024年問題”を克服し、原資をどう確保するか課題。
519	小規模企業	飲食料品小売業	原価の引下げ。
520	中小企業	建設	人材確保やモチベーションの向上の為、賃上げに踏み切ったが、原価率の上昇など、原資については非常に厳しい。
521	中小企業	その他の卸売業	原材料費の高騰と従業員のモチベーションを鑑みた所得UPの間に翻弄させられている。
522	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	人手不足による募集広告費等の削減及び委託契約の契約金増額。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

(iii) 人件費に関する課題（適正な水準、賃上げの持続性、企業の給与体系・評価体制の在り方等）

- ・原資が不十分な中で賃上げをしたことで収益に影響が生じている、賃上げと利益確保のバランスが課題である、といった内容の回答が見られた(番号 523～561)。
- ・一時的な賃上げは可能だが持続的な賃上げは不安である、先行きが不透明なためベースアップの判断が難しい、一度賃上げをすると下げられないため賃上げを躊躇する、といった内容の回答が見られた(番号 562～615)。
- ・賃上げの前提となる給与体系の新設や見直しが必要である、賃上げの根拠となる評価制度の運用に課題がある、指標とすべき同業他社等の賃金水準が分からない、といった内容の回答が見られた(番号 616～731)。

規模	業種	内容(適正な水準等)
523	中小企業 旅館・ホテル	人件費の拡大。
524	中小企業 精密機械、医療機械・器具製造業	賃上げそのものや事業の持続可能性。
525	中小企業 電気機械製造業	賃上げの原資が無い中で賃上げなので、会社の利益は無くなる。
526	中小企業 繊維・繊維製品・服飾品卸売業	賃上げをしたせいで、資金繰りも苦しくなっている。
527	小規模企業 不動産	人員も増員し、人件費も増加したので、人件費全般の高騰は気になる。
528	中小企業 繊維・繊維製品・服飾品小売業	物価の上昇に合わせて賃金を上げたが人件費が経営の負担になっている。
529	大企業 医療・福祉・保健衛生業	売上高が変わらない状況での人件費率の上昇。
530	小規模企業 専門商品小売業	賃金を上げると会社への負担が重くなる。
531	中小企業 化学品卸売業	原資で粗利を確保出来ていない中で賃上げとなり、会社負担が増加して、業績の重荷となっている。
532	中小企業 化学品製造業	売上増により利益が上がっているが、単価ベースでは利益向上しておらず、昇給、一時金のインパクトが年々大きくなってきている。
533	小規模企業 機械・器具卸売業	賃上げに伴う人件費のアップに伴い、営業利益額もアップしなければならない。
534	中小企業 農・林・水産	人の手による生産・加工体制であるため人件費のウエイトが最も多く、賃上げに伴う収益の大幅な減少が課題。
535	中小企業 その他サービス業	賃上げの原資が不透明なまま賃上げすることで経営の圧迫になり、更に最低賃金の上昇に伴いパート賃金も上昇したため、人件費上昇が非常に大きな課題となっている。
536	中小企業 建設	賃金水準そのものが上昇しているため、賃金上昇率と売上・利益の上昇率とのバランスが崩れている。
537	小規模企業 農・林・水産	賃上げすることで発生する経営収支のバランス。
538	中小企業 輸送用機械・器具製造業	賃上げと利益確保のバランス。
539	中小企業 運輸・倉庫	会社業績と人件費のバランスが益々崩れそうである。
540	中小企業 飲食品卸売業	賃上げと実際の収支とのバランスを考えると不安はある。
541	中小企業 情報サービス業	賃金は上げたがその分利益が減少する、このバランスをとるのが大変に難しく、株主への配当を下げることで調整している。
542	中小企業 メンテナンス・警備・検査業	小規模企業の当社にとって賃上げは固定費増につながり厳しい面がある。社会的に見て賃上げは必要だが利益面で厳しいのが現状である。
543	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	P/L上の業績はいいが、借入れ(設備投資と運転資金で約半々)が多いためキャッシュは毎年マイナスになっている。増益傾向にあるので、2022年の夏から賃上げを行ったが、1年が経過してキャッシュへの負担が大きいかを改めて実感している。
544	中小企業 運輸・倉庫	2023年4月に実施したベースアップや定昇、昨年度の期中に行った物価高騰支援金の給付などにより、人件費の負担が大きくなったが、収益は向上していないため、今後も賃上げなどを継続することは困難だと感じている。
545	中小企業 飲食品・飼料製造業	原資となる部分が少なく、ペア等に至らない。いかに人件費を抑えるかに苦慮しており、欠員が出たポジションに補充がされておらず、残った社員等の負担が大きい。
546	中小企業 機械製造業	中小企業なので政府が言っている賃上げが大企業並みに出来ない状況です。仮に賃金を大幅に上げたとしても客先からの仕事量の減少により、賃金の抑制が出来ないので、労務費負担が増えて収益に影響が出るので、賃上げの調整は一時金で行っています。
547	中小企業 機械・器具卸売業	売上は増加傾向にあるが、賃上げ＝人件費増加となるため、昨今の原材料費高騰の中で、いかに会社の経常利益率を下げないようにするかが最大の課題。
548	小規模企業 建設	少人数の中小企業で定年退職者が毎年出ないような企業では、社員の入れ替わりが無く、継続的な賃上げは行

設問3 賃上げの実施状況及び課題

			き詰まる。当社は、コロナ以前から、定期賃上げを行っているが、売上が右肩上がりでない中で賃上げを続けた結果、財務状況への影響が不安になっている。
549	中小企業	情報サービス業	社会的な要請水準に準じて検討を予定しているが、かなりの原価高に繋がりがつある。
550	中小企業	化学品卸売業	物価高等の影響を考慮し、定時昇給以外にも検討の余地があると考えるが、経営バランスも考え、人件費の急上昇は回避したいところ。雇用の維持、新入社員を迎えやすくする環境作り等は今後も課題として上げていきたい。
551	中小企業	飲食料点小売業	賃上げにより固定費が上昇したことで、損益分岐点のラインが上がったこと。
552	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	出荷量増減ともなう業績変動はあるが、将来を見据えた先取りの業務を付与したりしつつ、業績連動ではない固定部分を手厚くしている。一方で、労務費負担が増加しており、業務の在り方自体もDX等での見直しを図る試みを続けている。
553	中小企業	専門商品小売業	物価上昇に合わせて賃上げを実施している。人手不足もあり、賃上げの上限が上方修正されつつあるため、先行きに不安を感じている。
554	大企業	放送業	中長期的な経営への影響。
555	中小企業	その他の卸売業	賞与を含めた年間所得がダウンしないこと。
556	中小企業	輸送用機械・器具製造業	高齢化による人件費の圧迫。
557	中小企業	運輸・倉庫	人件費の増大と将来の退職金の増大が不安材料。
558	中小企業	各種商品小売業	どちらかと言えば肉体労働に従事している人がどんどん昇給して視力や体力が劣って来た時の問題。
559	中小企業	電気機械製造業	現在物価高騰及び電力料金等高騰により、家庭が逼迫している為、賃上げがよいことであるが、人件費の増加は、会社経営にマイナスの影響の方が大きいと思われます。
560	小規模企業	運輸・倉庫	残業代増加。
561	中小企業	広告関連業	賃上げ=利益減。

規模	業種	内容(賃上げの持続性等)	
562	中小企業	飲食料品卸売業	毎年同じようなペースでの賃上げは困難。
563	中小企業	その他サービス業	賃金の上昇について、短期的な対応は可能だが、インフレに対応した「持続的な賃上げ」を維持できるかが一番の課題。
564	大企業	その他の卸売業	単年ではなく、継続できるだけの業績を維持できるか否か。
565	小規模企業	建設	一時的なもの良いが、恒久的なものに不安を感じる。
566	小規模企業	機械・器具卸売業	一時的な賃上げは可能であるが持続できるかわからないため持続的な賃上げが不可能。
567	小規模企業	運輸・倉庫	一時的な状況からは判断できないから。
568	中小企業	情報サービス業	継続的に上げられるかが問題。
569	中小企業	金融	継続的な賃上げと財源の確保。
570	大企業	情報サービス業	継続的な賃上げ可能な財源に対する担保がないため、業績に合わせて賞与の増額で対応するしかない。
571	中小企業	運輸・倉庫	毎年賃上げを行う必要があり、財源がなかなか確保できない。
572	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	賃上げはその年だけ大きく行えぬ、わけではないので、継続して実施していかないといい。過去15年間の賃金カーブと最近の上昇傾向は、一貫性がない。
573	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	会社の持続的成長が見えない中での賃上げは、会社の体力低下につながりかねない。
574	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	持続可能性への疑念が払拭できないため、大幅な賃上げは難しい。
575	小規模企業	飲食料品小売業	将来への見通しが難しいため積極的賃上げに踏み込めない。
576	小規模企業	家電・情報機器小売業	先行きが不透明な為、賃上げは難しい。
577	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	景気が良くなると賃上げできず、経営規模を縮小するしかない。
578	小規模企業	農・林・水産	これから先の状況を考えれば、現在賃上げは考えられない。
579	中小企業	機械・器具卸売業	近未来の景気動向の不透明感が強く、思い切った賃上げが出来ない。
580	中小企業	機械・器具卸売業	インフレに見合った賃上げをしなければならぬが、経済の先行きが見えない。
581	小規模企業	不動産	賃金を無条件で上げられるほど景気は良くない。
582	小規模企業	飲食料品小売業	まだまだ不安定である為、ベースアップには慎重にならざるを得ない。
583	小規模企業	家電・情報機器小売業	不特定一般顧客に発生する需要に応じているので、世間の景気に敏感に影響を受ける。株価が上がると需要が増え、下がると低迷する。従って思い切った賃上げに踏み切れない。賞与を敏感に増減して対応している。
584	中小企業	飲食料品小売業	観光業は、災害等があると真っ先に影響を受け、回復は最後になるような業界であり、今良いからと賃上げをすると後が心配である。という考えで事業を営んできました。従業員の幸せを考えてこなかったため定着が悪くいつも求人をつけている状況が続いていて。今後は、みんなで幸せになれるような会社にしてゆきたい。V字回復もできているので賃上げを前向きに考えていきたい。
585	中小企業	その他の卸売業	少子化の加速により短期的にも中長期的にも市場縮小の勢いが強いので、継続した賃上げができる保証がなく、またリスクも大きい。
586	中小企業	旅館・ホテル	コロナ後の景気動向が今のままで進むのであれば賃上げができますが、先行きの不安感が大きく数パーセントのベースアップはするが、本格的な賃金アップには至ってなく一時金の増額で様子を見ている。
587	中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	業績の向上とセットの賃上げは、意思決定も社員への説明もしやすいが、業績が十分に伴わない中で、特にベースアップを行うのは、説明も難しく、何年も継続するのは簡単ではないと考えています。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

588	中小企業	建設	毎年のベースアップは、業績と与える影響が大であり、来年4月はどうか悩ましい所である。
589	中小企業	専門商品小売業	一時的にペアは実施したが、継続的ペアに関しては今後の業績次第。
590	大企業	専門サービス業	経済成長とリンクしなければ、いつまでもベースアップを毎年継続するのは困難だと感じています。
591	中小企業	飲食料品・飼料製造業	近年業績が安定するも、過去不況を経験。苦い経験が賃上げに躊躇する要因。
592	小規模企業	その他	長年定期昇給が実施されていたが、経営トップの交代により定期昇給がストップしてしまった。理由は将来何が起こるか分からないとの意味不明なものによる。
593	中小企業	化学品卸売業	世間の流れに乗って全員昇給を行ったが、今後、会社としてどの程度苦戦を強いられるか分からないのが課題である。
594	小規模企業	出版・印刷	これから先どこまで賃上げを求められるのか不安である。これで会社が身動き取れなくなれば、従業員の生活を守れないので元も子もないように感じる。
595	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	利益に見合った、将来的に無理のない賃上げ。
596	小規模企業	建設	中小企業においては、基本給を上げると残業代、退職金等に影響があることより、賞与で還元することで賃上げしていきたい。
597	中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	近時の業績好調により過去にない大幅な賃金改定を行ったが、今後業績不振の際にもその流れが後退しないような体制を整える必要がある。
598	中小企業	旅館・ホテル	一旦上げると、下げることができないので、慎重にならざるを得ない。できるだけ、賞与等で反映したい。
599	中小企業	再生資源卸売業	一度上げれば下げられない難しさ。
600	中小企業	情報サービス業	時勢と施策の同期。時勢のことはいい、引き上げは出来ても引き下げは難しい。
601	中小企業	建設	上げた分は下げられないことが難しい。せっかく無理して賃金を上げて社会保険料が上がりが続くので、従業員は全く実感が湧いていない。
602	中小企業	建設	物価上昇があるのは承知しているが同様に上げていない。デフレで物価が下がったときに給与は下げている。
603	中小企業	建設	給与に関しては上げることは受け入れやすいが、下げることは難しいため継続していかねばならないというプレッシャーはある。
604	中小企業	化学品卸売業	悪い時に下げられるのであれば、良い時に賃上げするのは全く問題がない。逆を言えば、現状は、悪化時のリスク回避、余力保持を考えざるを得ないので、賃上げのペースは必然的に悪くなる。
605	中小企業	旅館・ホテル	賃上げするとなかなか下げられないため、景気動向に左右されやすい業界である以上、業績悪化した時の対応が難しくなるため、大胆な昇給にはなかなか踏み切りづらい。業界的に賃金水準が低いので、普通の企業並みに早くしたいところではあります。。。
606	中小企業	建設	現在物価高騰に伴い社員のベースアップは当然しなければならぬことだし、一度上げたものは元には変えられないのでその為の見返りもそれ以上の覚悟で、稼いでいかないとダメなので、一人一人の心がけを今まで以上に気を張り取り組んでいきたいと思っています。
607	中小企業	自動車・同部品小売業	労組が組めるような大企業は軒並み賃上げが可能であろうが、中小企業にとって賃上げは首を絞めることにもつながる。賃金を下げることは非常に厳しいことである(なんとなくの慣習がある)ので、上げるということに躊躇する企業は多いと思う。成果報酬を組み入れることで改善はするが、その制度自体を組み入れることに拒否反応を示す従業員も多い。中小企業にやさしい制度設計をお願いしたい。
608	中小企業	機械製造業	日本の給与体系は、採用と一緒に上げたら(採ったら)下げられない(辞めさせられない)ので昇給に慎重に成らざるを得ない。サービス料金は繁忙期は高く閑散期は安い等のダイナミックプライシング的な考え方の導入が要るのでは？
609	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	賃上げの継続には賛成だが、経営状態によって賃下げを行えるような常識的な考えが社会全体に浸透するような仕組み作り。
610	中小企業	電気機械製造業	賃金を上げて、今後経営状況によって下げなければならぬ局面に下げることができない。だから上げにくい。会社と労働者は平等の立場で自由であるべき。
611	中小企業	情報サービス業	中小企業は小回りが利くのでそこは利点であるが、景気により賃上げて賃下げもできればよい。
612	中小企業	運輸・倉庫	賃下げを容易にする社会規範変更が無いと賃上げは難しい。
613	中小企業	その他の卸売業	労働基準法では一旦給与を上げれば、下げる時のハードルが高いので安易に基本給などの給与部分は上げにくい。なので中小企業では簡単にベースアップができません。一時金での対応となっている。
614	中小企業	機械・器具卸売業	賃上げは最終退職金にまで影響するので出来れば職能給等の基礎給は現行で行きたい。一度上げると元には戻しにくい。状況を見ながら特別支給や物価高支援金の名目での補填はしている。
615	中小企業	化学品卸売業	売上・利益ともに好調な時には、昇給・賞与で大幅な還元を行っているが、赤字が予想できる時に賞与額を減額しづらい。

規模	業種	内容(企業の給与体系・評価体制の在り方等)	
616	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	社員間の給与格差の是正。
617	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	公平な賃上げが難しい。
618	中小企業	その他サービス業	従来の従業員と新入社員の賃金の公平性。
619	小規模企業	飲食料品卸売業	公平感を保つこと。
620	中小企業	機械・器具卸売業	公正公平な賃金処遇制度の構築。
621	小規模企業	運輸・倉庫	信賞必罰の論理で、透明性と公正化を心がけている。
622	中小企業	化学品製造業	周りの価格差がないようにモチベーションアップを考えた。
623	中小企業	情報サービス業	他の社員とのバランスがあるので特定の社員のみ昇給は難しい。でもそうしないと流出につながってしまう。
624	小規模企業	機械製造業	給与体系の不明確さ。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

625	中小企業	その他の卸売業	基本的な賃金指標が整備されていない。
626	中小企業	化学品製造業	賃上げも重要であるが、その前に土台となる賃金体系を整備する必要がある。
627	小規模企業	飲食料品卸売業	能力や役割に応じた賃金体系の明文化を検討中。
628	中小企業	情報サービス業	専門職化をさせていかなければならない。賃金体系を複数持つ必要がある。賃上げ原資のための収益構造改革が必要。
629	中小企業	建設	この1~2年で明確な基準がなかったものを俸給表の作成、賞与査定表、昇給・昇格に関する基準を設けた。
630	大企業	化学品卸売業	会社としては、業績にある程度左右されるものの従業員が安心して働ける賃金体系を実施したいと考えております。
631	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	給与制度が経営者の判断により運用されているので、徐々に従業員が共有できる給与制度の構築が必要と考えています。
632	大企業	情報サービス業	給与算出に対する知見が少なく、なんとなく決めていた印象がある。将来を見据えた人件費計画を策定していきたい。
633	中小企業	化学品製造業	全体の処遇改善月額増額、賞与の支給月数分増、役付手当の見直し等、規定からの見直しを実施すること。
634	小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	内部留保の妥当性を模索。賃下げを含む給与システムの構築による給与ベースの増額。
635	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	成績割割の比率拡大、年功的基本給割合の比率縮小。そもそも「賃上げ」とは言わない、なぜなら理論的に賃下げもある、故に「賃金改定」と言うのが正しい。
636	小規模企業	その他サービス業	賃金規定によりかなる昇給にも該当しない年齢に達したスタッフの扱い方に工夫が必要となっている。今のところ賞与の部分で埋め合わせするという状況であり、今後現在の賃金規定の見直しも必要となってくる。
637	中小企業	飲食料品卸売業	上げ過ぎて従来の賃金テーブルが崩壊し始めている。
638	中小企業	各種商品小売業	正社員と非正社員の時給換算差額の確認。
639	中小企業	専門商品小売業	人材確保のため出来るだけ賃上げを行いたい、既存の社員と中途採用の社員との賃金のバランスが難しい。
640	中小企業	機械・器具卸売業	給与体系が壊れつつある。求人のため若年層ばかり賃上げがある。
641	小規模企業	建設	新卒初任給と、既存の社員の給与レベルのバランス。
642	中小企業	建設	コストアップ。初任給引上げによる既存社員との給与バランス不整合。
643	中小企業	建設	賃金の底上げが必須と考えている。また求職者に向けても少しずつ初任給が上がっているため、既存社員との整合性のため、全体の底上げが必要となっている。
644	小規模企業	建設	建設業のサブコンの立ち位置の場合、新規就労者への待遇が最も難しい。技術も知識も資格もメンタルも既存の社員と比べると下に評価するしかない、年齢が若いだけで既存社員と同程度の待遇が欲しいと採用の問い合わせすらもない。また、需要が継続する保証もない。そのような中で賃上げ(ベースアップ)を行うのは会社の継続性に大きな課題を残すことになる。
645	中小企業	輸送用機械・器具製造業	中小・零細における賃金問題は、従業員採用時の最低賃金、あるいはその時点の景気動向等により、募集賃金の均一化が至難。よって、採用後の当人の給与体系が他者と異なり、新入社員が中堅と遜色無い給与か、あるいは超越する事が起きている。これらは賞与で若干の調整は出来るが根本的な改善とは出来ない。何故かという、中小・零細企業には厳格且つ適正・真正な「人事考課制度」が浅薄で、人付き合いの良し悪しを評価の対象としている節がある。
646	中小企業	電気機械製造業	何十年も放置されていたものを、急激に軌道修正しようとしても、歪を食らう世代が必ず出てくる。
647	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	上げ難い状況。
648	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	利益還元ではなく生活給となっているため、業績連動になっていない。月給のレベルが低いのが要因、かつ収益力の弱さが引き起こしている。
649	中小企業	情報サービス業	役員報酬に関する具体的な指標、考え方を策定したい。
650	小規模企業	建設	役員ばかりの報酬が上がり、末端の社員の昇給は雀の涙。
651	小規模企業	飲食料品小売業	経営者の給与を削減し、雇用者への給与増へ充てている。零細企業の経営者が冷遇されている現状を知って欲しい。
652	中小企業	その他の卸売業	経営陣は自分たちの懐が興味がないので、経営陣が原因で従業員が一人もなくなって経営陣が実務をこなさなくてはならない状況に陥った場合を想定して、従業員の給与を職種や仕事量に応じて決めるべき。そのためには、売上増よりも収益増(利益)を重視すべき。また、経営陣の報酬は保留し、従業員たちの給与の増額を優先すべき。
653	中小企業	飲食料品小売業	ベースアップ・就業年数を考慮した賃上げの対応が求められる。
654	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	ベースアップを実施する明確な基準が無い。
655	中小企業	その他サービス業	歩合給より固定給アップの希望者が多い。
656	中小企業	その他サービス業	全員一律ではなく会社貢献度によって個人差が拡大している。
657	中小企業	建設	全社員一律とはならなかった。
658	大企業	機械・器具卸売業	当社は成果主義で、若手、女性、業績を上げた人のみが昇給。
659	中小企業	人材派遣・紹介業	先行き不透明で一律に上げるのは難しい。業績への貢献度によって上げるようにしている。
660	中小企業	その他の卸売業	人事制度による評価によって昇給幅に幅があるため、定期昇給でもなく、評価によっては大幅にアップする者もあれば昇給無しの方も居ます。
661	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	全員平等に賃上げはできない。それをどう本人に納得をさせるか。
662	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	賃上げを実施していない訳ではないが、昇給が該当する方と、しない方がおりアップ率もバラバラです。人事制度は作っていますが、仕事量が先行き不透明な状況が継続し全員昇給する様な対応は難しいです。
663	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	年功序列型賃金体系への再検討。
664	中小企業	建設	業務の成果に応じた待遇が出来るように考慮していきたいと思っています。
665	小規模企業	建設	在籍年数ではなく、その人の仕事に対する能力的な判断で賃上げの基準としています。
666	小規模企業	建設	昭和・平成の賃金のベースアップではなく能力(資格取得を含む)や効率化などに見合ったインセンティブを検討中です。
667	小規模企業	不動産	能力主義に重点を置いた。
668	小規模企業	建設	個人の業績により変動。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

669	中小企業	人材派遣・紹介業	個々の考課・成果に準じ実施(一律の賃上げは実施していない)。
670	中小企業	運輸・倉庫	最低賃金ばかり上げると、能力格差があり仕事のできる人からの不満が多くなる。能力給制度などの給料体制を作るべき。
671	中小企業	輸送用機械・器具製造業	今は雇用条件を改善しなければ良い人材が集まらない。社員間での所得の差は大きくする様になった。より能力主義に近づいている。
672	中小企業	出版・印刷	取組意欲があり、業績に直接プラスの影響を及ぼしている社員は昇給、取組のない社員は降給、それ以外は据え置きです。
673	小規模企業	情報サービス業	将来に向け売上が増えるプロジェクト担当以外の給与は上げる事ができない。給与を上げるか、会社を潰すかの選択を迫られている。または、業態を変えるなど現状の経営を抜本的に変更する必要がある。そうすると、現在の従業員では対応できない業務が増えるため、現在の従業員には退社してもらう必要が出てくるかもしれない。
674	中小企業	機械製造業	評価結果により、賞与・昇給を決定しているため、全社員がアップしているわけでは、ありません。どんどん差が開いているのが、現状。しかしながら上がらない社員は、成長をしないことを選択している。
675	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	東京都最低賃金の上昇もあり、それに応じ少々でも上げざるを得ないことを常に考えておりますが、上げる理由が無い社員もいる。個々に応じた、「対価」を実行していくことが課題です。
676	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	当社労働組合は、物価が高くなったので、物価手当を支給してほしいと要望している。一部の大手企業のように大幅に利益がある会社であれば、そういった対応ができるかもしれないが、当社のような中小企業ではもうけがないのにそのような対応はできないと伝えている。ただし、会社への貢献度の大きい者には、処遇を良くするようにするなど、実力主義の評価を高めていくようにしている。それと、会社がより一層活性化し伸びていけるように、中堅若手社員の抜擢を実施している。そうすることによりベテラン社員に危機感が出てきたので、その人たちの動きが良くなった。
677	小規模企業	建設	会社の業績と社員の能力、担当現場により賞与額の差があり、評価の基準が非常に難しい。
678	中小企業	輸送用機械・器具製造業	人事評価制度の見直し(評価の公平性・妥当性・人材育成等)が急務。
679	中小企業	機械・器具卸売業	評価の明確化。
680	小規模企業	専門サービス業	評価と賃上げを公平に行うために、給与評価システムを再構築する。
681	小規模企業	不動産	成果リンク。
682	中小企業	電気通信業	インセンティブの評価制度を変更。
683	中小企業	飲食料品卸売業	収益の安定的な確保と評価制度の改定。
684	中小企業	専門商品小売業	評価制度のしっかりと運用(賃上げ根拠の明確化)。
685	小規模企業	飲食店	やりがい、意欲、モチベーションと労働生産性の管理を一体化させたいが、評価制度の構築が困難で、順調な進捗が無い。
686	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	一律ではなく、個々での見直しを実施。部署間や違う内容の仕事間における客観的評価に苦労した。
687	大企業	専門商品小売業	賃上げについては、ある程度の人事考課を実施して行かなければならぬが、いまだ一律の賃上げである。
688	中小企業	建設	賃上げと個々の評価を結びつけることが長年の課題となっている。現行の仕組みでは職位給でしか評価できない。個々の人間性や技術能力などで評価できない仕組みになってしまっていると感じる。
689	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	現在、社員の評価制度を採り入れ見える化する案を作成し、実施に向け動いているところですが、人が評価する為、感情論など問題点があり。
690	小規模企業	飲食料品卸売業	評価制度がなく、代表者が決めている段階だが、不満は出ていない。不満が多かった飲食スタッフや40歳以上の社員はコロナ禍で退職したことが影響している。
691	中小企業	その他サービス業	全体的な賃上げではなく、個人業績を正しく評価し、業績に応じた評価を継続的に行う事が重要。
692	大企業	化学品製造業	社員個々の役割を明確にし、その達成度合いに応じた客観的な評価を行うことにより、社員のエンゲージメントを強化する必要がある。業績・結果だけでなく、社内での協調性・人柄も評価項目に含むべきである。
693	中小企業	情報サービス業	弊社では社員評価制度を設けているが、評価システムに沿って評価した結果が賃上げするのに妥当な評価になっていないため賃上げができずいる。
694	中小企業	運輸・倉庫	人事考課の結果を基本給へ反映させているが、評価での格差があっても、昇給幅にメリハリがなく、従業員のモチベーションアップに資していない。また、賞与は基本給連動のため業績アップによる還元感が感じられない。(儲かったことによる従業員への還元度合いが平坦)
695	中小企業	娯楽サービス	売上の向上は果たせているものの、相応の投資を行っているので営業利益については減少している中で、どう従業員の給与水準を上げていくか。人員整理や評価制度の再設定など規定路線に囚われない、現行に合わせた対応の必要性が増している。
696	中小企業	建設	同一労働同一賃金への賃金制度への移行は行っているが、まだまだ、しっくりいかないのが、それを評価する人事考課制度。社員の多様性、価値観を活かすために共感、共創を試みているが、さて、どのように評価するのか。
697	中小企業	機械製造業	個別面談にて能力査定で、不当な権利主張が多々ある。
698	小規模企業	機械製造業	賃上げを当たり前と受け止める社員が多い。
699	小規模企業	機械・器具卸売業	インフレに伴う給与増額を、個人の高性能と勘違いしないでもらえるように折々に話しに忍ばせている。
700	中小企業	専門サービス業	期待する能力(成果)を発揮していないのに、賃上げの要望が当然のごとく社員が行ってくる。何も勉強、貢献しなくても会社に居続けられると勘違いしている社員が増えている。
701	大企業	放送業	若手従業員はベースアップを評価してくれない。(額が小さいという不満の方がはるかに大きい)
702	小規模企業	農・林・水産	定年後の賃金。
703	中小企業	情報サービス業	高齢となる社員の適正な給与額設定。
704	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	従業員が少ないうちは、その時の平均年齢で経営(利益)が大きくふれる。
705	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	昇給は60歳までとしている。定年は65歳、再雇用で70歳まで。能力は衰えていく社員に対し給与をあげることはできず、金銭面ではない社員のモチベーション維持の方法を考えている。
706	大企業	輸送用機械・器具	同業種企業との賃金格差問題と近隣上場会社の賃金格差が生じている。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

		製造業	
707	小規模企業	建設	同業他社の動向。
708	小規模企業	不動産	他社・関連会社等との比較。
709	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	他社も賃上げしているのだから合わせるしかない。
710	中小企業	旅館・ホテル	もう精いっぱい！ただ、競合大手や地域の状況などもあるので、ある程度の足並みをそろえた。
711	中小企業	情報サービス業	世間に合わせた。
712	中小企業	その他サービス業	世間相場との連動。
713	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	大企業には及ばないが、地域社会の相場よりやや上乘せした。
714	小規模企業	飲食店	世の中の流れに随う。
715	小規模企業	建設	時代の流れに沿って。
716	大企業	リース・賃貸業	同業他社状況が把握しにくい。
717	中小企業	情報サービス業	同業他社の正確な情報が分からない。評価制度と賃上げのバランス。
718	中小企業	運輸・倉庫	指標がほとんど思われるので、自社の賃金が高いのか低いのか分かりにくい。
719	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	消費者物価指数以上に物の値段が上がっているように感じられ、賃上げを積極的に行いたい。業界の賃金に格差があり、指標とすべき賃金が分からない。
720	小規模企業	専門サービス業	いくらが妥当な水準なのか、いくらまで上げていくのか、日本全体としての目標が示されていないので、結果的に人材の取合いや確保のために、企業側が、目先だけで、値上げをせざるを得ない状況になっている。そのしわ寄せは、中小企業に直撃している。
721	小規模企業	専門サービス業	業界の同年齢の方々の給与額が不明であり、弊社社員の給与額が適正なのか判らないので、利益が大きく出た年は賞与額をかなり出しました。
722	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	賃上げや従業員の賃金、年収が妥当なのかの判断に悩むことがある。地方、同業種、同経営規模の会社の賃金体系など「ものさし」があると比較しやすい。大手企業並みに賃金を上げてあげたいが、零細企業には難しい。この点、税の優遇などがあると取り組みやすい。
723	小規模企業	広告関連業	賃上げを実施しているが、業界内では給与水準が高いとは言えない。当然、人材の募集等に影響が出てしまう。給与を上げるために利益率のUPが不可欠である。
724	中小企業	広告関連業	新入社員をとるのに、他社と比べて少ないと感じたため、ペースアップを行った。
725	大企業	専門サービス業	人材確保の観点から賃上げは毎年実施しているが、他社のスピードがなかなか追いついていない面もあり、経営者の英断が望まれる。
726	大企業	医療・福祉・保健衛生業	近隣の同業他社と比較して見劣りし、スタッフの雇用、採用に影響があったため。物価高に対応しスタッフの生活を安定させるため。
727	中小企業	運輸・倉庫	周辺地域、同業他社が賃上げしたこと。新卒採用時にかなり見劣りするようになったこと。物価上昇に伴い賃上げせざるを得ない情勢になったこと。
728	中小企業	建設	賃上げは、地域内の他社との競合の中で負けられないためにした事と、公共工事の入札参加での競合に負けられないため、中小企業として給与を上げる基準があるので、その事を理由にしたものです。だから、利益が出たかどうかは関係有りませんでした。ただ、前々年度は利益が出た為、3回の賞与を弊社としては、思い切った金額を差上げました。
729	中小企業	飲食料品小売業	まずは地域内での高賃金と言われるようになり、従業員にも実感してもらいその気持ちがお客様へのサービスとなり、良い施設→お客様増→利益増→従業員の高賃金の循環が出来れば良い。
730	大企業	金融	業界内で比較して賃金水準を設けても、他業種に待遇面で負けて人材を引き抜かれてしまう。
731	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	赤字のため積極的に賃上げできる状況ではないが、人材確保のために最低限はせざるを得ない。世の中の賃上げデータ、賃金データをリアルタイムで欲しい。(赤字会社は後出しじゃんけんをしたい。)昨年は知り合い企業はほとんど賃上げしないとってはいたが、統計データではヒヤリングの感覚以上に上がっている。人材確保と人件費抑制のダブルハンド条件下で判断が難しくなっている。

(iv) 経営改革に関する課題（生産性の向上、新規事業・業種転換、その他経営上の課題（資金繰り等）等）

- ・賃上げのためには労働生産性の向上が必要である、賃上げをしたが生産性が向上しない、利益を確保するために付加価値の創出（新商品・サービスの向上、新規事業・業種転換等）が必要である、といった内容の回答が見られた（番号 732～818）。

規模	業種	内容(生産性の向上、新規事業・業種転換、その他経営上の課題(資金繰り等)等)
732	小規模企業 飲食料品・飼料製造業	生産性の向上。
733	小規模企業 専門サービス業	生産性が向上しないと賃上げ出来ない。
734	中小企業 情報サービス業	生産性の向上が進まない。
735	中小企業 飲食料品卸売業	労働生産性への取組、改善。
736	小規模企業 電気機械製造業	パフォーマンス向上、成長、能力拡大、生産性向上を伴う収入増が必須。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

737	中小企業	運輸・倉庫	生産性を上げて本業の利益率を上昇させ、賃上げの原資とし、更なる生産性アップのサイクルをつながたい。
738	小規模企業	電気機械製造業	事業者の生産性向上に見合った賃上げが基本と考えます。併せて、労働力の新規産業への流動化を進めやすくすることが大変重要と思います。
739	中小企業	電気機械製造業	生産性が向上しないのに賃金ばかり上昇するのはマスコミの偏った目立った報道ばかりのせいではないか、中小企業には荷が重すぎる。
740	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	生産性向上が実現できていないにもかかわらず、定期昇給とベアの実施により人件費が上昇し、営業利益の減少を招いている。
741	中小企業	飲食店	生産性に直接響いてくるので、色々な手法で生産性の維持、向上が必要になる。その意思決定と方向性が重要、生き残りに影響が出てくる。
742	中小企業	不動産	賃上げの為、生産性の向上に取り組んでいる。
743	中小企業	飲食店	人材確保のために実施したが、生産性の向上が課題で経営の圧迫につながっている。
744	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	昨年、一昨年に大幅な賃上げを行ったが、生産性が向上出来ていないため、負担が増えた。マインド、人間性が低下している。
745	中小企業	電気機械製造業	賃上げを行ったが、インフレには十分に追いついていないのが現状である。それを解消するためにより一層の生産性の向上によるコストダウンや、受注分野の拡大を行っていく必要がある。
746	中小企業	各種商品小売業	最低賃金額の基準上昇によるアップはあるが、生産性が向上しているとは言えない。特に若い世代の働くことに対する責任感のなさが散見され、都合の悪いことや難題に当たるとすぐに辞めてしまう傾向が年々強まっている。非正規労働者はその程度と言ってしまうまでもだが、生産性の向上に寄与する人材については正規雇用化による安定が長い目で見れば自社の収益拡大につながると思われる。
747	小規模企業	飲食店	最低賃金が上がったので、上げざるを得なかった賃金が増えるのと、従業員の生産性も上がるのは比例しないので能力をいかに短時間で上げていくかが課題。
748	中小企業	飲食料品・飼料製造業	販売価格を上げると同時に生産性を上げて粗利益率を改善しなければならぬ。
749	中小企業	情報サービス業	中小企業において賃上げアップするために販売価格に転嫁する事が難しく、生産性を上げるか新商品の開発をして原価の減少または売上金額のアップを図っていく事が課題。
750	中小企業	機械製造業	賃上げでの労務人件費の上昇により、労働時間が減少・有給取得が増加し、生産性向上が追いつかなくなってきている。
751	小規模企業	専門サービス業	労働生産性とのバランス。パフォーマンスが変わらないのに賃金を上げないといけない流れに疑問。賃金を生活給と捉えるか業績給と捉えるか、大企業は前者も踏まえた賃金体系が組めるが、中小、特に弊社のようなコンサルタント業は後者が全て。一律に考えられぬと感じる。
752	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	労働生産性の維持と固定費の上昇に因る会社収益の圧迫。従業員側からの過剰要求。
753	中小企業	飲食店	飲食業の賃金は、他産業と比べて低いことに疑問を持っている。何とか他産業並みの賃金に持って行き、業界内でトップクラスの賃金にしたい。そのためには、社員教育によって、従業員一人一人の守備範囲を広め、生産性を上げていくしかない。生産性を上げる事で、賃上げにつながっていく。
754	小規模企業	建設	適正価格での取引と、限られた時間の中で生産性向上のために無駄をなくし、効率化を図る。
755	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	警備業というマンパワーが主体の事業において、いかに生産性を向上させ、収益力を高めていくか。
756	大企業	医療・福祉・保健衛生業	労働集約型の業のため、賃上げに対応した収入の上昇が必要となる。
757	中小企業	機械製造業	今後の成長と生産性の向上。
758	小規模企業	専門商品小売業	賃上げにはやはり原資が必要なので、稼げる体制にして労働生産性を上げる必要がある。
759	小規模企業	運輸・倉庫	自社業務の生産性を向上させること。
760	中小企業	化学製品製造業	人員の維持のため実施しているが、生産性向上を伴っていないので収益悪化になっている。製品価格への転嫁も難しい。
761	小規模企業	化学製品製造業	労働法制や最低賃金の上昇で20年前に比べ労働生産性が落ちている。
762	中小企業	機械製造業	自社の生産性の向上は不可欠で合理化、効率化、省人化、そしてデジタル化を積極的に推進し、経済環境の変化、雇用環境の変化への対応を図って行く事が重要。従業員へ利益の還元が常に実現できる仕組み構築の継続的実現が必要。
763	小規模企業	建設	高効率化というキーワードでデジタル化をはじめ業務の見直しや経営のスリム化を図っているが、社員の中には従来の方法に拘り変化を受け入れられない人が半数以上いる。彼らの意識改革のために政府から意識改革のキャンペーンをやってほしい。賃上げの資金を捻出するという経営者からみればあたりまえのことが理解できていない人が多すぎるので。
764	小規模企業	自動車・同部品小売業	比較的売上が良いので、必死になって無駄を削減するという方向に向いていない。無駄を削減することが、更なる利益向上につながり、賃上げに繋がることを共有したい。
765	小規模企業	農・林・水産	賃上げ金額以上の生産効率アップによる、人件費コストの削減。
766	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	昇給の原資を、生産効率の改善によるコスト削減と併せて、売上の増加による成果としての昇給であることの認識を、日ごろの業務の中で深めていくことが課題。
767	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	常日頃改善を行い(生産コストが低減)効果の1/2を賃上げに向け(日々生産等の改善が重要と考えております)。
768	中小企業	運輸・倉庫	拘束時間を短縮して、給与を現状維持、更にアップをむかすための、顧客との価値観の共有と、合理化の努力が必要。
769	中小企業	専門サービス業	労働の質の向上。
770	中小企業	建設	各社員の能力と賃上げ率の適正化。
771	小規模企業	飲食料品小売業	アルバイト&パート従業員について最低賃金の上昇が速すぎて、個々人の能力アップがついていかない。結果、過度な人件費上昇になってしまう。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

772	小規模企業	運輸・倉庫	人材スキル<給与となっており、給与を上げてても自社への効果が期待できない。社会的には消費拡大につながるが良いと思うが、それを負担するのは限界がある。
773	中小企業	飲食料品・飼料製造業	人材確保や育成の為に賃上げをしたが、更なる仕事量を要求すると拒否する傾向が強いのが、課題である。高齢化・人手不足を理解した上で、仕事の幅を広げて、会社に貢献していく考えない社員が少なからずいるのが、課題である。労働者の権利ばかりの主張が多いと感じる。
774	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	働く人の生み出す付加価値が向上しなくては賃上げは通貨の切下げにつながるだけである。
775	中小企業	建設	個人個人の意識改革の見直し。
776	小規模企業	機械製造業	常に利益の出せる会社を作っていないかと、賃金の引上げはできません。社員教育等を行い、社員さんの意識改革をしない限り、ただ給料が上がっていくと言う事はあり得ません。国の方針が賃上げに向かっています。しっかりと利益を出し、社員教育、組織づくりと適正利益を確保できるような会社作りが必要になります。そこには時間がかかります。それについていけないと会社がなくなってしまうと思うので、精一杯社員さんの給料上げるために、お客様から選ばれる会社になっていきます。
777	中小企業	運輸・倉庫	今回賞与の支給額が増えたことは物価高騰による従業員の還元の意味合いも加味しての増額を行った。課題としては、社員のモチベーションを上げることで、2024年問題に直面することで仕事量が増える予想される為の措置。
778	中小企業	化学品卸売業	意欲も実績も上がらない会社に居座るベテラン社員が会社の変革と成長を妨げており、賃上げ原資の阻害要因になっている。
779	中小企業	機械・器具卸売業	個人の考え方で物売りの使命を持って行動。
780	小規模企業	不動産	昨日と同じ明日が永遠に続くと思っている事。
781	小規模企業	不動産	その分働いてほしい。
782	中小企業	化学品製造業	経営側のスキル、やる気の低迷で賃上げがつかない。
783	中小企業	機械製造業	付加価値の向上。
784	中小企業	機械製造業	付加価値を高める営業及び業務活動。
785	中小企業	化学品製造業	賃上げ実施の為、付加価値の創出を毎期続けていかなければいけない。
786	中小企業	専門商品小売業	販売単価を上げる付加価値創出(新商品や新サービス、新規事業開発)。
787	小規模企業	専門サービス業	賃上げのために付加価値を高める必要があるが、消費税が足かせになっている点と、デフレからの脱却ができないため、付加価値を付けて利益を出すより、安いことが好まれる環境。
788	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	毎年3%を目途に賃上げしているが、それを継続する為には、競争力のある製品を全員で作り上げる意識が不可欠。
789	中小企業	電気機械製造業	設備投資の必要もあり、賃上げと両方必要なので徐々に対応をしている状況。
790	中小企業	飲食料品・飼料製造業	中々利益の上からない中で、設備投資などで経費を削減する社会環境でなくなってきた。高付加価値製品の開発と社員への還元をやって行きたいが商品開発も非常に難しくなってきた。
791	中小企業	化学品卸売業	賃上げには原資が必要なので、その捻出が課題。製品価格へのむやみな転嫁は競争力を奪う可能性も秘めているため、判断が非常に難しいです。良い品質とサービスの提供を心掛けてお客様に出来る限り納得してもらいたいのが現状です。
792	小規模企業	出版・印刷	売上UPのための新商品・サービスの開発。
793	大企業	自動車・同部品小売業	継続した賃上げが出来る体制強化とお客様へのサービス向上、従業員のモチベーションアップ。
794	中小企業	自動車・同部品小売業	サービスの向上と収益の増加を両立させること。
795	小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	不断の改善と創造への工夫が経営には大切です。
796	小規模企業	不動産	業態転換を進めているので、それが落ち着くまでは賃上げに着手できそうもない。
797	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	卸売業から小売業への新事業に取り組んでいる過程の為、売上高が軌道に乗らず、本格的な賃上げはまだ出来ず。
798	中小企業	飲食料品卸売業	利益が出る方向にビジネスモデルを変え、賃金を安定してベースアップできる体質を目指す。
799	小規模企業	建設	利益を上げる為には、利益率が上がらない以上新しい柱もしくは新規の発注者を探さなければならぬ。
800	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	ビジネスモデル再構築。
801	小規模企業	飲食料品卸売業	継続企業としていくためには、業容の拡大は必要条件となります。
802	中小企業	機械製造業	賃上げの原資を確保する為には、企業の成長が不可欠。事業再構築する為の開発投資が継続できるかが課題になっている。
803	中小企業	専門サービス業	民間からの受注拡大(官需に頼らない)これから先のトレンドを見据えた新規事業への参入、業務改善による効率化と経費削減これらを達成し、利益を拡大すること。
804	中小企業	化学品卸売業	事業成長が停滞しており、賃上げ負担を吸収できない。
805	大企業	その他サービス業	市場あるいは業界内の傾向を伺いつつ、中期的に賃上げの計画を立てているが、業績の伸長には、売上の増加も伴うことが前提となる。ある意味事務的に遂行できる賃上げよりも、やはりそれを支える事業の成長戦略をいかに成し遂げるかが重要である。
806	中小企業	金融	インフレ、社員の給与アップには、企業が利益を出し続けることが重要だが、社会保障費の削減など、財源の問題がある。各事業の拡大、効率化、DX化など、様々な取組で、変化に対応することが必要と考える。
807	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	営業利益の増益が無ければ実現してはならない。無理な賃上げをすべきではない。賃上げできるように経営していくべき。DXなどの促進から、売上を上げなくても増益が実現することが必要とも考える。
808	中小企業	人材派遣・紹介業	新商品、新規事業の開発、成功により、①社員一人あたりの生産性の向上、②デジタル化により利益率を向上し、社員の待遇の向上を果たす。
809	小規模企業	機械・器具卸売業	コスト合理化をした上での市場動向を見ながらの販価改訂により利益率の維持。売上増を目指して新規顧客の開拓。品

設問3 賃上げの実施状況及び課題

			質向上の取組を継続。以上の当たり前の作業を地道に行い、結果が出ている。引き続き今後も愚直に取り組む。
810	中小企業	飲食品小売業	更なる経営力の向上。
811	中小企業	建設	会社組織としての改革が進んでいない中で、賃上げが実現するとは到底思えない。
812	中小企業	金融	将来的な変動要因が多い。
813	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	先行きの不透明感が凄い。
814	中小企業	飲食店	業界全体での底上げがないと今後厳しいと感じる。
815	中小企業	建設	受注産業となり、先の見通しが厳しい。国土交通省の総合評価において賃上げを実施すると加点となる。現在3年目となっている。
816	中小企業	各種商品小売業	資金繰りが大変。
817	小規模企業	建設	預金残高の確保。
818	中小企業	電気機械製造業	ファンドの縮小。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

② 制度的・社会的な課題

(i) 制度に関する課題（税・社会保険料、最低賃金、年収の壁、働き方改革等）

- ・賃上げに伴い社会保険料が増加するため企業の負担が大きい、従業員にとっても賃上げに伴い税・社会保険料の負担が増えるため手取り額があまり増加しない、といった回答が多く見られた。そのほか、物価高騰等により実質賃金がマイナスになってしまう、といった回答が見られた（番号 819～882）。
- ・最低賃金引上げに伴う社員全体の賃上げを実施したことにより、人件費の増加が負担になっている、年収の壁により労働時間が制約され人員不足が生じている、といった内容の回答が見られた（番号 883～955）。

規模	業種	内容(税・社会保険料等)
819	中小企業 運輸・倉庫	人件費上昇に伴う社会保険料のアップ。
820	中小企業 農・林・水産	社会保険料の負担が足枷になっている。
821	中小企業 旅館・ホテル	社会保険料負担が足かせとなっている。景気の底上げをする際、税金で財源を賅うという意味不明なロジック(特に消費税)が改まらない限り、大きな賃上げは難しい。
822	中小企業 その他の卸売業	社会保険料が高すぎて昇給しても社員の手取りが増えない。会社・社員負担共々減らしてほしい。
823	中小企業 飲食料品卸売業	連動する社会保険料の増加が負担である。
824	小規模企業 不動産	賃上げした場合、社会保険等の会社の負担が増えるので賃上げ以外も経費がかさむ事ですか。
825	小規模企業 機械・器具卸売業	賃金を上げると社会保険料も増額され、個人の手元に大きく反映されない。また、会社の負担も大きくなりすぎる。
826	小規模企業 建設	賃上げをしてもその分、社員負担の社会保険料等が増加し、手取りが増えない。
827	小規模企業 自動車・同部品小売業	賃上げしても、社会保険料などでごっそり引かれる。国はそこを考えないで賃上げしてもなんの意味もない。
828	中小企業 その他サービス業	賃上げしたとしても社会保障費が増加しており、定昇部分だけでは逆転どころかねない状況にある。
829	中小企業 機械製造業	賃上げを実施しても、税金や社会保険料の天引き後の実手取り額が賃上げ前とさほど変わらないこと。
830	小規模企業 建設	賃上げを実施しても、罰のように社会保険料等徴収される。利益幅が小さい小規模事業にとっては非常に厳しい。
831	中小企業 機械・器具卸売業	賃上げにすると会社負担の社会保険料や退職金のベースも上昇することがネックになっている。
832	小規模企業 建設	多少のベースアップをしても、税金と法定福利費の上昇により手取りはあまり変わらない。利益が増える分将来の退職金の積立等に回した方が税金が有利。退職金を増やしたい。
833	中小企業 飲食料品・飼料製造業	企業が賃上げしても、社会保険料負担の増額により、従業員にはまばら反映されない。従業員が満足する増額のための社会保険料の負担がきつすぎる。
834	小規模企業 医薬品・日用雑貨品小売業	賃上げをしても社会保険料が増えて手取増加にあまりつながらない。その辺の簡単な実態を政府もマスコミも理解していない。
835	小規模企業 その他の卸売業	賃上げをしても控除される社会保険料等が増えるため、手取りが大きく増えるわけではない。そのため、賃上げをしたことが伝わりにくい。
836	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	賃上げをしても社会保険負担がついて回る。社員の可処分所得は額面ほど増えず、会社の保険料負担が増える仕組みが、物価対応の賃上げの足を引っ張っている。
837	中小企業 情報サービス業	大きな昇給は難しい。けれど、小さな昇給では社会保険料が上がるだけで、社員の手元には残らない。がんばっている社員には何らかの賃上げをしたいが、元手がなけれればそれも出来ない。景気悪化のなか元手が無いのに賃上げ出来る企業がどれだけあるのか疑問。
838	中小企業 電気機械製造業	過去から一定水準を上回る賃上げを実施しているが、税金、特に社会保険料の負担増があり、結果社員の手取り額の変化が少なく会社が賃上げに窮している姿勢を感じてもらえない。例を見ない賃上げを求めると例を見ない賃下げを認めてはもらえない。
839	中小企業 建設	所得を増やしても社会保険料の段階的な、保険料金の増加ステージが変わってしまうと、手取りが減るといった状況になり、社員は喜ばなかった。
840	中小企業 機械・器具卸売業	支給を増やしても、天引きが多いので従業員の実質手取りはそれほど増加しないので効果は限定的である。パートは扶養控除から外れる場合には、勤務時間を短くして収入を増やそうとしない。
841	小規模企業 建設	賃上げを行っても、社会保険のランクが上がることにより、手取りが思ったほど増額出来ていない。今の保険料率・税金がいかに高いかを実感している。
842	小規模企業 情報サービス業	社会保険料の負担が増えることで、賃上げに対して法人側と従業員側でイメージギャップが生まれており、会社としては原資を何とか捻出し、追加負担も併せて耐えたと考えているのに対し、従業員の手取りはあまり増えていないように見えるという形で上手く行っていない。法人ではなく従業員個人に見える形での補助や調整を行ってほしい。
843	大企業 情報サービス業	賃上げをしても金額によっては社会保険料の増額につながるため、手元に残る金額が少なくなってしまう可能性もある。社員だけではなく会社も折半しているため、かなり辛い状況である。とにかく、減税や社会保険料減免をしてほしいと、すんなり賃上げをするのは非常に困難である。
844	中小企業 娯楽サービス	雇用確保とモチベーションの維持を目的として実施したが、瞬間的には喜ばれるが、大きな効果とはなっていない。思い切った賃上げをしても、社会保険料等の負担が増えているので、誰のための賃上げがわからない。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

845	小規模企業	紙類・文具・書籍卸売業	直近の2年間は、複数の仕入先から大幅な値上げ要請が突然届く状態で、物価が上昇していることは分かっているが、固定費が増加するペースアップに踏み切ることができない。賃上げに伴って厚生年金や健康保険料など社会保険料が増加するため、従業員が満足し賃上げに対する企業の負担感是非常に大きく、利益を分配する賞与でしか応えることができない状況。
846	小規模企業	機械製造業	熟練工にはそれなりの給与を支払いたいと思っていますが、社会保険料があまりにも高すぎます。政府は民間の方を向いて政治を行っていますかと問いたい。年金制度や医療保険制度をもっと現実に即したものに変わっていかねば、国民は、希望が持てない。
847	小規模企業	その他製造業	賃上げをしても、社会保険料や税金が多く、実質賃金が上がらない。
848	中小企業	輸送用機械・器具製造業	社会保険や厚生年金など天引きされる金額が多すぎて、実際の上昇分が手取りに反映されない。
849	小規模企業	金融	社会保障費が高い。法定福利費の負担が馬鹿げず、全世代で均等に負担できるように変更すべきだと思う。
850	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	付加価値を増やすことで賃上げ原資を作りたい。また、社会保険料の負担は賃上げを抑制すると考えています。中小企業向けに減免等の制度を作ってほしいです。
851	中小企業	その他の卸売業	税や社会保険等の控除額が大きく、手取りが少なくなる。
852	中小企業	機械・器具卸売業	いくら賃金を上げて、社会保険、税金で手取額が増えないこと。
853	小規模企業	不動産	もっと上げたいが、社会保険料と税金負担が大きすぎる。
854	中小企業	建設	円安による物価高騰により、昇給が生活に実質的效果をもたらさない。法定福利費や増税がダメージになる。
855	中小企業	飲食店	賃上げをしても国民負担率が割近く、今後更なる増税が行われるので手取りは増えない。日本の税制問題や社会保険料の重負担に関して従業員に説明している。
856	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	税金や社会保険料への社員の関心を高める事をする。
857	中小企業	出版・印刷	なげなしの利益の中からがんばって賃上げしても、かなりの割合で税金や社会保険料に持っていかれるため、社員側からすると、会社ががんばって賃上げしているほどの賃上げ感を持ってないのが問題。零細企業ほど、(学歴分布からか?)これを深く考えない人の割合が多く、賃上げしにくい。無くなる。
858	小規模企業	機械製造業	全業種不景気で売上を立てるのが非常に厳しい。好調であれば賃上げなんて楽々できると思いますが、むしろ社員が安心して生きていけるように賃上げしたい。ただ、今の財政政策では給料を上げてもほとんどが吸い上げられてしまうので、企業の賃上げ努力と社員の感覚がアンマッチしている。中小はほとんどが同じような思いしているのでは?
859	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	社会保険料や税金として差し引かれるものが多すぎ、賃上げしても社員の手取りはあまり変化ないのでモチベーション効果が低い。
860	中小企業	飲食店	最低賃金上昇に伴う賃上げは慣習化され個人のモチベーションやスキルアップには繋がっていかない。所得税、社会保険料等だけが高額になっていく中で、会社は負担増、個人も賃金増の実感を充分持つ事が出来ない。
861	中小企業	飲食品小売業	年々上昇する最低賃金の上がり幅等を参考にペースアップ・定期昇給しているが、税金等も上がり手取額の上昇として社員は実感しにくい状況が続いている。
862	中小企業	機械製造業	所得増税、社保料率上昇から、手取減少局面になっているので、企業が賃上げに対応しても従業員としては賃金上昇の満足度は低い。ため、社保料、所得、住民税などの税金を見直しすべき。
863	中小企業	機械・器具卸売業	物価高騰により生活が厳しくなる中、できるだけ賃上げはする。が、その前に支給額から控除される金額(税・社保)を減額すべき。手取額を増やす政策をしてほしい。賃上げにも限度があるし、支給額が増えなくても控除額も増えれば意味がない。財政均衡にとらわれているのか、吸い上げがひどすぎる。
864	小規模企業	不動産	賃上げをすれば、所得税(これはそんなに大きくはないが)、社会保険料が上がる。手取りが少なくなる。岸田政権が、賃上げ、所得減税、を唱えているが支持が広がらないのは、実質の手取り分が少なくなったことないから。減税分を将来の増税分に充当し、経済活動を活発にするには、企業に対し国内に投資をした場合の優遇処置を考えたほうが良いと思うのだが、..
865	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	収益も出ない中、社員を繋ぎ留めるために実施した。全てのコストが上がって、そして資金繰り悪化の中、社会保障費増、税負担(前払消費税)、労働保険料納付等...、そして控える24年問題や更なる労働者への負担軽減策は製造業を支える中小企業を経営の首を絞めるばかりのものである。
866	小規模企業	専門サービス業	賃上げをしても支払消費税が増えないため、外注と比べて消費税負担が増える。社会保険料も過大。この問題を解決しない限り、人件費の支払は外部委託より損という構造がある。
867	小規模企業	不動産	弊社は役員だけの会社ですので、報酬額を上げて経費を増やし、その報酬を会社に貸し付けざるを得ない状況にあります。社会保険料や所得税はもちろんな納付しなくてはならないので、このようなやり方をしてる会社は多いと思います。
868	小規模企業	不動産	給与を支払っているのが社長のため、賃上げ=社長の待遇改善を意味するが、所得税の課税標準や協会けんぽの保険料が見直しされないと賃上げも難しいのが実情。
869	小規模企業	建設	建設は、季節物のため、良い期間と、仕事が増える期間があると思いますが、社会保険料と源泉徴収は必ず払います。給料変動出来ないのに、仕事量に関わらず、収めるのに赤字の場合が発生します。中小の小企業は、人を雇用するリスクが多く、社員を個人事業主にして同じリスクを分かち合わなければ、成り立ちません。なので賃上げなど夢物語です!
870	小規模企業	機械製造業	弊社は製造業19人で、今期売上も良く、人件費を弊社としては最大限(役員を除く)1千万増加させたが、従業員の手取りの増加分は社会保険料率が高く所得税等、相当に削られている。会社負担も大きくなるばかりで、額面を増やして物価高を上回るなどしているが、事業主が窮乏して額面を増やしても、貰う社員は大きく詐取されて安心できる額ではない。賃上げ分の社会保険料と所得税が安定して増えるだけで、これでは賃上げ号令はステルス増税になっている。賃上げ分の社会保険料は大幅に削減してほしい。所得拡大促進税制、これもまた実用しづらい、賃上げ1.5%、2.5%以上で給与等支給増加15%25%法人税から控除すると大きく言っているが、小さめの文字で法人税額の20%が上限となっているので、賃上げた分黒字額が減少し法人税額が大減少または赤字になる場合もある。賃上げて利益減少に対する、リターンが少なすぎる。これでは意味がない、積極的に進められない。内部留保が云々言われているなか内部留保の代わりに賃上げに変わる賃上げ特例にする。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

871	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	上げても税で取られるのでインパクトが薄い。
872	中小企業	機械製造業	賃上げしても税負担が多く手取賃金増加はさほど見込めない。
873	大企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	賃上げしても限界税率で課税され、手取り増加は限定的。* *万円の壁と言われるものを引き上げずべき。
874	小規模企業	飲食料品卸売業	賃上げをしても税金が増えたら意味がない。
875	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	賃上げしても、税金で持って行かれて増えた実感が少ないようだ。
876	中小企業	機械製造業	まず、政府が税金を下げて頂き、そのうえで賃上げを掲げる、この流れは必須。
877	中小企業	その他の卸売業	賃上げによって一部社員の算定基礎等級が上がり、1/3程度が課税にとられる矛盾を解消しないと意味がない。政府の対応を望む。
878	小規模企業	建設	賃金を上げると税込み仕入れにならない部分が増える。外注費でカバーすると税込み仕入れになる。これって、雇用するなって事なの？人材派遣は税込み仕入れ、直接雇用は非課税仕入れ。税の仕組みも考えていかなければ、非正規雇用が増えるしかない。
879	小規模企業	飲食料品・飼料製造業	賃上げをしたが従業員の実質可処分所得は増えていない。勤労意欲の向上にはつながっていないのでないか。
880	小規模企業	専門サービス業	実質賃金アップ。
881	中小企業	機械・器具卸売業	実質賃金のマイナスが大きい。
882	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	物価上昇額、各種増税 > 賃上げ額。

規模	業種	内容(最低賃金、年収の壁、働き方改革等)
883	小規模企業 建材・家具・窯業・土石製品製造業	最低賃金対策。
884	中小企業 紙類・文具・書籍卸売業	最低賃金の大幅な増額。
885	小規模企業 飲食店	最低賃金の上昇幅が急である。
886	小規模企業 飲食料品小売業	最低賃金の上昇に収益がついていない。
887	小規模企業 化学製品製造業	最低賃金の上昇に、付加価値の増加が伴っていないためますます苦しくなっている。
888	小規模企業 運輸・倉庫	最低賃金が毎年上昇すると、売上高の上昇が比例しないので、日々悩んでいる。
889	小規模企業 飲食料品・飼料製造業	最低賃金を上げたが、零細企業にとっては非常に厳しい。
890	小規模企業 繊維・繊維製品・服飾品小売業	これ以上、最低賃金の引上げはやめてほしい。
891	小規模企業 旅館・ホテル	長野県の最低賃金の上昇で勝手に上げることになり、売上が減少し、資材が高騰しているなか、正直、廃業も考えています。
892	中小企業 リース・賃貸業	経済状況が改善していない中、最低賃金がどんどん上がっていき、ついていけない中小企業の競争力は弱体化していくこととなります。大手企業の賃上げ等が報道されていますが、見聞きした従業員の期待値が高くなり、現実とのギャップを生み出している状況に危機感を感じます。
893	中小企業 繊維・繊維製品・服飾品製造業	当社の負担能力と関係なく、最低賃金がUPし、収益を圧迫している。地方都市は都会に比較し生活関連の出費額が少なく済む、それにもかかわらず全国一律に最低賃金を上げようとしているのはおかしい。(土地代が全国一律ではないぞ！)
894	小規模企業 飲食料品・飼料製造業	政策による最低賃金増加は、あくまで低所得者層の救済措置で、ほとんどの中小企業に従事している所得者層とは違うと思う。従って、単なる最低賃金増加は、中小企業の体力を削っているだけで、根本的な景気回復への道しるべになっているのか疑問に思う。
895	中小企業 運輸・倉庫	最低賃金に張り付いた基本給になっており、時間外が補いままの給与になっている。基本給を上げると時間外や休日出勤が跳ね上がるので、上げづらい。最低賃金に所定労働時間を乗じた基本給で求人しても安くて人が集まらない。
896	中小企業 自動車・同部品小売業	最低賃金が上がったため、仕方なく賃上げした。
897	中小企業 飲食料品卸売業	時間給の最低賃金の引上げに伴い、社員の基本給も引き上げた。
898	中小企業 その他サービス業	最低賃金の上昇に伴うベースアップ。
899	小規模企業 飲食料品・飼料製造業	労働局の最低賃金改定に伴うベースアップ。
900	小規模企業 その他サービス業	都道府県最低賃金を踏襲する必要があった為パートナー社員のペアをアップさせた。
901	中小企業 飲食料品・飼料製造業	最低賃金上昇に伴い正規社員の給与を上げていく必要がある。ベースアップを進めていく上で行政の金銭的なサポートが必要。
902	小規模企業 不動産	最低賃金の上昇で、全体的に賃金を上げなければならぬ。政治家の人は、何をもちょう上げと発言をするのか。上昇出来る対策、政策をしっかりと示して言って欲しいです。景気が上昇して、利益があれば賃金は上がります。
903	中小企業 運輸・倉庫	最低賃金の上昇に応じて手当も増加。
904	中小企業 その他サービス業	最低賃金上昇に伴いバランス調整。
905	中小企業 電気機械製造業	最低賃金の上昇が大きい上に上昇スピードが早い。その為、全体のバランスをとるのが大変である。全体人件費上昇により利益の圧迫につながる。
906	小規模企業 不動産	最低賃金が増える中で、非正規社員の昇給を優先せざるを得ない状況。
907	中小企業 旅館・ホテル	最低賃金引上げによって、コスト増に加え格差が減少したことで、不満が出てきている。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

908	中小企業	化学品製造業	最低賃金引上げに伴い、全体のバランスを考えざるを得ない。業務実績が伴わなくても上げなければならぬ平等？の矛盾を強く感じる。
909	中小企業	飲食品小売業	パートが多く最低賃金が上昇したので、自動的に昇給となっています。パートの賃金上昇分を賄うことで、正社員の賃金上昇分がなかなか確保できません。
910	小規模企業	専門商品小売業	バイトの時給は最低賃金が上がった分上がりましたが、正社員は変化はほんの少しなのでそちらをもう少し上げなければと考えています。
911	中小企業	旅館・ホテル	最低賃金がどんどん上がり、賃金の低いの方がベースアップするかわりにある程度の賃金の人は上げられない状況にあり、不公平さを感じる。
912	中小企業	飲食店	賃上げの原資に限られる中、最低賃金の上昇幅が非常に大きいため、非正規雇用(パート)の時給を上げざるを得ない一方で、正社員の昇給が後回しになってしまっている。当社の場合、昨期の人件費の伸び率は、非正規+7.6%に対し、正社員は-1%。また最低賃金が上がると、今後いわゆる年収の壁による労働時間調整が発生し、より多くの人員を雇わなければならない羽目になり本末転倒。一時的な救済策でなく、税制・社会保険制度を含めた抜本的な制度改正を望みたい。
913	小規模企業	飲食品小売業	バイトを含め新規採用の時給が上がっているため、既存の社員も上げていかないといけない。そのためにも利益率の改善が必要です。賃上げは当然必要であり、そこに重点を置いて経営をしたいと考えております。
914	小規模企業	飲食店	最低賃金が上がった為、挨拶から教えていかなければいけない学生や初めてのアルバイトと何年か働いて仕事できるアルバイトとの時給の差が以前より狭くなった。売上がかわらなく様々な税金が上がると、人件費の割合は変えたくてもできない。新高校一年生に1114円の時給の働きはできるのだろうか。やれる事が増えて努力して上がる、これは大切な事だと思う。材料費、光熱費の高騰に人件費も。経済はまだまだ自粛ムード。やれ、やれと言われても厳しい状況です。
915	中小企業	飲食品小売業	最低時給が上がってきていますが、全体も同じく上げる事が出来ない企業が増えていると感じます。下が上がって上は少しの変動だけの賃上げが現実だと思います。
916	中小企業	飲食品・飼料製造業	ここ2年での最低賃金のUP額が大きく、パート労働者(時給者)のみならず正社員(月給者)の基本給との整合性を取るため昇給額も大きくせざるを得ない。トータルとしての人件費が膨らんでいる。
917	中小企業	飲食品・飼料製造業	利益が低迷の中、国の最低賃金制度により、全体像の見直しが必要とされたが、損失を拡大している中での強引な賃上げ制度を、いままさに実施することは中小企業潰しの何ものでもない。
918	中小企業	飲食店	最賃の毎年大幅なアップより既存のパートアルバイトも同額アップせざるを得ず、正社員までアップすると利益が残らない。
919	中小企業	教育サービス業	最低賃金上昇に合わせて全体的なバランスをとるために賃上げをしているが、人件費コストをどうやって吸収するか。可能な範囲で価格改定をするつもりだが、販売件数・客数は明らかに減少している。将来的な不安を誰もが感じているのでお金を使おうというムードがない。
920	中小企業	機械・器具卸売業	最低賃金の上昇は必要だが、地域を大きく一括りにしている。例えば千葉県は41円上昇は東京に近い地域なら良いが、銚子の方では賃金上昇が経営を圧迫させる。隣国の韓国で最低賃金を大幅に上げたことで雇用悪化に繋がったこともあり、最低賃金の上昇は雇用と大きく関係していることは明白であり、ただ単に人気取りの為にやるべきでない。実態調査をして地域を細分化して行うべきと思う。
921	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	最低賃金がない国もあるのに、それがあつたために簡易作業できるレベルの労働者が雇えない。簡単な作業で生活の足しに気軽に来れる職場の特性が法律によって変えられてしまった。
922	小規模企業	飲食店	最低賃金に見合うだけ確保している。
923	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	最低賃金制度が行われ従業員としては非常に注目しております。弊社の賃上げがどれくらいになるか関心を持っており、実施しなければ社員の行動も低迷感が出てくると思ひ、しっかり賃上げしました。
924	中小企業	医薬品・日用雑貨品小売業	最低時給を上げた。診療報酬を物価スライド制に。
925	中小企業	運輸・倉庫	最賃の改定による、定額賃上げとなり強制的なもので。
926	小規模企業	化学品製造業	大体は最低賃金改定によるものが多い。
927	中小企業	家電・情報機器小売業	最低時給を上げるべき。
928	中小企業	運輸・倉庫	これは経営陣の考えではなく、あくまでも一社員としての意見です。賃上げを考える際「最低賃金」の存在は非常に影響力が強いものです。今回の当社でも、最低賃金に近くなってきたからこそベースアップという、入社以来初めての経験をしました。あまりにも現実的ではない最低賃金額は企業の崩壊を招きますが、段階的に常識的な範囲で最低賃金を上げ、強制的に企業に賃上げを促すことは必要なことだと思います。
929	小規模企業	飲食品小売業	扶養控除、社会保険の加入等。
930	中小企業	運輸・倉庫	賃金が増えることにより103万円の壁によりパートスタッフの労働時間減、従業員の残業増加が見込まれる。
931	小規模企業	飲食品・飼料製造業	いわゆる所得の壁により、労働時間の制約があり、結果人員不足になっている。
932	中小企業	その他サービス業	パート従業員が9割を占めるため、賃上げ＝勤務時間の短縮となり、労働力の提供という観点からは逆効果となります。
933	中小企業	飲食品卸売業	パート社員等の年収の壁を早く見直して欲しい。時給を上げると、働く時間が減ってしまい、労働力不足になってしまう。
934	小規模企業	飲食店	非正規(アルバイト等)の場合、単価を上げてやりたいですが、所謂、103万の壁があり、逆に労働時間を短縮することになり、労働確保の問題が残ってしまう。
935	中小企業	飲食店	所得制限の壁(学生等の扶養控除)、賃金上昇により働く意欲が低下(少ない時間で稼げるという認識)が広がり逆に人手不足の状況。
936	小規模企業	電気機械製造業	給料に壁を作らないでください。最低賃金が増えたと労働時間を調整されてしまうので、企業側もパートさんも困っています。
937	中小企業	その他サービス業	最低賃金の上昇に伴う賃上げを行った。毎年強制的に最賃の引上げを行うのは結構なことであるが、年収の壁も同時に引き上げるか、扶養控除の有無を同時に議論していただかなくては、ただただパート社員の働く時間が減るだけで賃金上昇にはつながらないと思う。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

938	中小企業	機械製造業	最低賃金だけを上げた場合、扶養控除等の壁を上げなければ11月位から勤務時間の調整が始まり、企業側こつても余剰の人員募集をしなければならず、働き手側も時間の調整をしなければならず結局年収は変わらずとなります。時限的な助成金はありません。あまりに時間給のみに焦点を当てすぎです。
939	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	賃金が上昇した分、扶養希望のパート職員は勤務時間の減に直結している。最低賃金をアップさせるのであれば、扶養者控除、社会保険加入の限度額も見直すべき。また、最低賃金は都道府県別に算出されているが、都市部と農村地域では生活費が大きくかけ離れている。その点も考慮し、都道府県別は廃止し、市町村別の細分化が必要。
940	中小企業	飲食店	毎年政治主導で、パート、アルバイトの最低賃金を上げることだけ先行させること、この先の労働時間を抑制する法改正ばかり先行させることに大きな不満がある。ようやく議論され始めた年収の壁を欧米に倣って、今の大きな段差をやめることを火急に行わないと、人手不足はより一層酷くなり、日本の産業が益々弱体化して行く。現場を理解していない政治に辟易する。
941	中小企業	飲食料品卸売業	今の所得税、社会保険料の仕組みでは有能なパートさんに報いることが出来ない。そして今回の改悪施策では行政の無駄(税金の浪費)が甚だしい、年間150万円までの給与所得まで、所得税及び社会保険料を免除するシンプルな形にすれば時給1200円まで上げられる。特に行政の無駄税金の無駄は大幅に減らせたい。
942	小規模企業	建設	労働時間の短縮による基本給の見直しを実施したが(昨年度)、次年度についても検討中である。
943	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	大幅な賃上げは残業代も増えて給料が増えたため、休みが多くなった。その為に、人員不足の日がある。
944	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	働き方改革で業務時間を減らす事が美学とされ国力が低下している。
945	中小企業	建設	働き方改革による時間外労働の減少で労働力低下に対する賃上げは、中小企業としては厳しい。
946	中小企業	医薬品・日用雑貨品小売業	時間管理(残業費の削減)。
947	小規模企業	建設	時間外手当に頼らない生活を目論んで賃上げを行いました。従業員の意識改革は道半ばです。
948	小規模企業	建設	費用の面で働き方改革とのマッチングが難しい。
949	中小企業	飲食店	働き方改革と本当の意味での賃上げを同時にすることは厳しい。数字だけの労働者の時間単価は上がるが手取りの部分では変えることができない、むしろ減少する場面も多い。
950	中小企業	建設	働き方改革で売上減少する社内で改善をしているが、実効性がない社員のやる気が無くなったように見える。実質賃金が低下する。
951	中小企業	その他の卸売業	働き方改革の一環として賃金UPを併せて取り組んでいる。
952	小規模企業	建設	働き方改革の一端として就業規則を見直し賞与や手当の新設・増額を行った。
953	小規模企業	建設	賃上げは行ったが、完全週休2日制に向けて世の中が動いているので、労働者の実質賃金の大幅な受給が難しい。
954	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	賃上げより週休2日制への移行が難しい。
955	中小企業	運輸・倉庫	物流2024年問題に対応するため、残業時間を減らすようにしているが、結果として従業員の手取り給与が減っており、昇給だけでは対応しきれない。

(ii) 社会・経済情勢や社会構造に関する課題(人手不足、物価高騰、地域間・企業規模格差等)

- ・人材の確保や雇用の維持が課題である、人材の流出防止のために賃上げをせざるを得ない状況が厳しい、といった内容の回答が見られた(番号956~1027)。
- ・物価高騰、地域の少子高齢化による影響がある、といった内容の回答が見られた(番号1028~1061)。
- ・地域間・企業規模間の格差が大きい、都市部や大企業との賃金格差により人材が流出してしまう、といった内容の回答が見られた(番号1062~1084)。

規模	業種	内容(人手不足等)
956	小規模企業 不動産	人材の確保、つなぎ止め。
957	中小企業 その他の卸売業	人材の確保、社員の生活向上。価格が上昇している中、賃上げの原資となる利益確保が課題。
958	中小企業 その他の卸売業	人材の確保、社員の生活安定になるように、利益の範囲内で増額している。
959	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	人員確保の意味も含めベースアップを行った。
960	小規模企業 運輸・倉庫	人材確保するために利益を削っても賃金を上げた。
961	中小企業 飲食料品小売業	更なる賃上げで人員を確保したが、売上は伸びても光熱水費、仕入等で帳消しとなっている。
962	中小企業 化学品製造業	労働人口の減少により人材確保のため実施したが、今後は経済状況の中で考えていきたい。
963	中小企業 機械製造業	雇用確保。
964	小規模企業 建設	現時点で雇用者の確保及び求人対策で必要な為。
965	中小企業 紙類・文具・書籍卸売業	雇用の確保、採用面を考慮しながら、業績と連動させて賃上げに取り組む方針にある。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

966	小規模企業	機械・器具卸売業	今のところ、雇用の確保の方に力点を置いていて、個々の賃金は上がらないものの、雇用は、増加しない維持をしています。
967	中小企業	運輸・倉庫	人材の定着と確保。
968	小規模企業	建設	社員の定着。
969	中小企業	建設	若手社員の確保。
970	中小企業	機械製造業	20代・30代を中心とした若手人材の確保のため。
971	中小企業	情報サービス業	採用のため初任給アップを検討中。
972	小規模企業	飲食品小売業	適正利益確保に向けた人材育成の強化及び、多様な働き方への対応。
973	中小企業	建設	次年度、会社としてできる限りの賃上げを検討中。地元企業としての人材採用(育成)に力を入れる。
974	中小企業	建設	国の方針もあり、社員のモチベーションアップにつながり新規雇用にも有利になると思われる。
975	小規模企業	不動産	採用の局面においては給与水準や働く環境の明示的な改善を実施しないと採用実績に繋がらないのが現実である。この為給与水準が上がってきている。
976	小規模企業	機械製造業	人手不足による中途採用を計画しており、どうしても賃金条件を良くしないと採用出来ないことと、他方、既存社員との賃金格差をどう埋めていくのか大きな課題。
977	中小企業	飲食店	人材確保の為、体力以上の賃上げを余儀なくされる懸念がある。
978	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	人材の確保モチベーションのアップのため。
979	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	社員の雇用継続とモチベーションのUP。
980	小規模企業	機械・器具卸売業	正社員のモチベーションUPを狙って。
981	中小企業	機械・器具卸売業	社員のモチベーションを上げるためにも、利益に応じて賃上げするのは必要なことだと思います。
982	中小企業	広告関連業	売上が良くて賃上げをしたわけではない。ただ従業員のモチベーションのためのみ。
983	中小企業	専門サービス業	社員のモチベーションを保つため定期昇給を実施した。
984	小規模企業	不動産	売上増と賃上げが中タイコールドにはならないが、社員のモチベーション向上の為に定期昇給は続けていきたい。
985	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	苦戦しているからこそ、社員のモチベーションと、世の中の情勢を鑑み実施。
986	中小企業	化学製品製造業	業績は良くないが従業員のモチベーション、離職の防止のためやむを得ない。また、物価は高騰すぎ。
987	中小企業	出版・印刷	新規採用等を考慮すると賃上げせざるを得ない。それが従業員のモチベーションや価値の創造に繋がってくればよい。
988	中小企業	不動産	どうしても営業利益が上がらないと賃上げに向かない会社事情があるので、先に賃上げをして従業員のモチベーションを上げて売上・粗利を増やしていく方向に向かって欲しい。
989	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	利益は上がっていないが、先行投資として長期かけている社員への配慮の為。
990	大企業	飲食品卸売業	投資としての人件費についての捉え方。
991	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	賃上げは、会社運営上必ず必要。賃上げをしなければ、士気が上がらない、賃上げをすれば、社員もやるぞの気構えがあり、会社も良くなる。会社も良いお得意さんを見つけ伸ばして行ける。
992	中小企業	情報サービス業	売上・利益が伸びていないが賃上げしないと社員がついてこない。
993	小規模企業	運輸・倉庫	従業員数が良くないので、定期昇給もベースアップもしないと社員はついてこない。大切な従業員には出来るだけの事はしたいと考えている。課題は売上の上昇に比べて給与も含むコストの上昇が追いついていない事。
994	中小企業	その他の卸売業	既存社員新規雇用社員の継続雇用目的と社員のモチベーションの上昇。
995	中小企業	機械・器具卸売業	既存人材の確保の為の賃上げであり、全体の高齢化・新入社員が入ってこない状況でコスト増が大きくなってきている。
996	中小企業	機械製造業	利益の上昇が毎年確保できれば、当たり前でベースUP可能であるが、65歳までの社員雇用義務、又新卒確保も難しさもあり簡単には毎年非常に難しく、中小企業では会社運営を圧迫している。
997	中小企業	電気機械製造業	雇用の問題、最低賃金の上昇、同業他社との調和のため、実際の業績による利益からの賃上げでなく、仕方ない賃上げになった。
998	中小企業	農・林・水産	人材の繋ぎ止め、最低賃金の上昇。
999	中小企業	専門商品小売業	賃上げは厳しいがしなければ優秀な人材が流出する。
1000	中小企業	機械製造業	賃上げの余力はないが、上げないと人材が流出するので上げざるを得ない。
1001	中小企業	飲食品卸売業	この物価高の状況下では社員の生活を守るため、業績云々ではなく、賃上げしなければ雇用責任を果たせず、社員の転職を促すことに繋がってしまう。
1002	小規模企業	その他の卸売業	当社は小企業で継続的な賃上げは難しいが、賃金が低いと会社を辞める動機になる。
1003	小規模企業	機械・器具卸売業	小規模事業所であり、雇用の安定及び採用には給与条件アップが必須。従業員の生活の質の維持のため、物価上昇を上回る賃上げが必要。それによる、従業員のモチベーションアップのプラス効果がある。
1004	小規模企業	化学製品製造業	零細企業は賃上げをしないと人材が集まらない。売上が減少傾向の中、値上げを100%価格に転嫁できず、賃上げをしなければならぬ。企業の存続が危ぶまれる。
1005	中小企業	情報サービス業	地場(仙台)の単金では、いい給与を払うことができず、東京へ仕事を取りこいて、なんとかベースアップ、ボーナスを支給して、離職率を下げている。
1006	小規模企業	不動産	真面目にお仕事してくれているパートのみなさんにはよそに引き抜かれたくないの時給アップをしました。
1007	中小企業	機械・器具卸売業	技能職社員の賃上げは、能力に合わせて評価してはいるが、人材確保の為に、能力アップ到達の目標を定めて、先取りした技能手当の支給が必要となる。
1008	大企業	医療・福祉・保健衛生業	職員確保のためには必須であるが、上げ幅には限界があり、職員満足度の向上には必ずしもつながっていない。
1009	中小企業	医療・福祉・保健衛生業	賃上げと資金、人材確保のバランスが非常に難しい。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

1010	中小企業	専門商品小売業	雇用対策上賃金の値上げは最優先事項ではあるが、収益が芳しくないで困っています。新入社員を雇い入れするのに、現在の従業員の賃金と比較して高い賃金を提示しているので、中々大変です。
1011	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	待遇改善は収益確保できてれば可能だが確保できなければ止めざるを得ない。その前の段階として採用コストがかかり過ぎる。もっと安く人集めできないのか。職安、職業安定所は企業の採用について安定、安心させる役所ではないか。
1012	中小企業	運輸・倉庫	売上が伸びない状況下で、物価高に収益を削られ、賃上げは難しい状況だが、人材確保のために収益悪化に向かう覚悟で賃上げを検討する。
1013	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	求人サイトにおいて、検索条件の一番が給与額なので、どんなにいい会社だとしても給与の額がある程度を超えてないと、検索しなくなるという現状があります。(会社の良し悪しは給与だけではいけないのだが)新しい人材の採用は、国の少子化と同様、会社や国の未来を考えると、続けなければいけない最重要課題です。当社でも給与額を見直しアップしたが、給与額をアップした分、好評な福利厚生やその他待遇を見直ししなければならず、これからの人材採用や育成には、益々細やかな施策が必要だと感じています。会社の基礎体力があるかないかが問われているとも感じます。
1014	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	今後新卒採用が難しくなると考えられるため、2年続けて初任給を引き上げた。それに伴い現従業員の給与も同率で賃上げを行った。今後については大幅な引上げは弊社の状況では難しくなると考えられる。顧客からはコストダウンの要請が来ており、対応に苦慮しています。
1015	小規模企業	農・林・水産	建設業、特に公共土木・造園系施工会社の一員であるので、若手社員の雇用・補充が喫緊の課題であるが、反面、業界情報として1〜3年で約40パーセント近くの新入社員が転職しているなど聞くと、迂闊に雇用活動に賃上げ(給与・福利厚生など)策をちらつかせるのもどうかと悩んでいる。
1016	小規模企業	建設	雇用対策も含めて冷え切った産業(建設業土木)なので賃金アップで対応するしか人材確保は望めない。
1017	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	2024年も同水準程度の最低賃金引上げが予想されており、より綿密な人材発掘及び人員整理解雇などが必要と考える。
1018	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	地方の中小企業であっても、賃金水準がローカルレベルでは人が採れない時代になった。
1019	小規模企業	飲食品卸売業	最低賃金では優秀な人材を確保できない。
1020	小規模企業	飲食品・飼料製造業	時給1500円。それでもアルバイトが不足している。
1021	小規模企業	建設	経営課題が山積で、賃下げを実施したいぐらいだが、人材確保・人材採用の面からそれすらできない。
1022	中小企業	旅館・ホテル	利益と人材の確保が双方とも困難な状況になりつつあり、身動きが取れずじり減っていく状況です。
1023	中小企業	旅館・ホテル	利益は無いが、人手不足で給料上げざるを得ない。
1024	中小企業	旅館・ホテル	賃上げしても人材が集まらない。どこまで賃上げすればいいのか不安が増す。
1025	中小企業	その他の卸売業	人手不足から止むを得ずに賃上げをしている状況であるので、外国人労働者の雇用拡大を含めて政府に対策を講じて貰いたい。
1026	小規模企業	娯楽サービス	雇用無し(良い人材がいらない)。
1027	小規模企業	飲食品・飼料製造業	良質な人材が募集しても応募がない。派遣社員を使ったが、生産意欲が乏しく自社の従業員に悪影響がある。時間給労働力の確保にこの位の賃金を設定したら良いのか不明。高くすれば良いと思うが限度はある。

規模	業種	内容(物価高騰等)
1028	中小企業 鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	物価高騰への対応。
1029	中小企業 不動産	物価高への対応。
1030	小規模企業 情報サービス業	物価高に対応。
1031	小規模企業 鉄鋼・非鉄・鋳業	物価高に対する従業員の補助。
1032	小規模企業 飲食品・飼料製造業	物価高の為。
1033	小規模企業 建設	物価上昇による家計の圧迫回避の為などです。
1034	小規模企業 建設	毎年の昇給など物価上昇に伴い。
1035	中小企業 建設	物価高騰の影響が社員の生活に影響を及ぼすのを少しでも、軽減できればとの思いで。
1036	中小企業 建設	物価高騰に対応するため、7月改訂を4月に前倒して実施した。
1037	中小企業 娯楽サービス	物価高騰により手当の支給を行った。利益が少いから、支給せずにはいられない社会環境となっている。
1038	小規模企業 建設	物価が上がっているから。
1039	小規模企業 化学製品製造業	物価上昇に合わせて定期昇給に上乗せして賃上げを実施した。
1040	中小企業 建設	物価上昇支援手当、燃料上昇支援手当。
1041	中小企業 機械・器具卸売業	物価高騰による賃上げ。人材採用に伴う賃上げ。
1042	小規模企業 建設	物価高の為、給料をアップした。
1043	小規模企業 建設	急激な物価上昇への対策もあり賃上げは必須の要件です。
1044	小規模企業 建設	物価上昇と社員の意識、取組への評価が上がっているため。
1045	中小企業 飲食品・飼料製造業	物価上昇に賃上げが追い付かず、消費意欲が生まれにくい。
1046	中小企業 その他サービス業	これだけの物価上昇分を社員に補填するのは当然の義務と考えています。
1047	中小企業 化学製品製造業	2023年の賃金改定ではこれまでで最大の額の賃上げを行ったが、物価の上昇が激しく企業の努力だけでは従業員の生活を守ることが出来ない。
1048	小規模企業 不動産	これだけ物価が上がると、社員が大変なのでベースアップせざるを得ない環境がある。幸い今年は売上が上がっているため、良いのだが、来年以降はどうなるか心配。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

1049	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	世間を見ながら、足元の生活費(特に食糧、生活雑貨類の高騰)を少しでもカバーさせたい。
1050	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	諸物価高騰のための支援として全員に一律金額で支給する。
1051	小規模企業	建設	地域の少子化・高齢化、人口減少等の構造的課題のため、売上増加が見込めず、賃上げできる状況がない。
1052	小規模企業	専門商品小売業	十分な収入が得られるだけのリソースがない。人口減少は最たる原因の一つだ。付加価値付けてマージンアップはしているがソリスタンドでは限界がある。
1053	中小企業	その他サービス業	コロナ禍から戦争、長引く難局を乗り切るため。
1054	中小企業	専門商品小売業	過当競争。
1055	小規模企業	建設	円安。
1056	小規模企業	各種商品小売業	経営者としては、早く適正なドル円レートとなって利益がでて、社員に賃上げも賞与も与えたい。
1057	中小企業	情報サービス業	中国を中心とした半導体業界の景気動向。
1058	中小企業	輸送用機械・器具製造業	今後の経済状況、政府のビント外れの政策などで、賃上げは考えられない。
1059	中小企業	専門サービス業	社会情勢。
1060	小規模企業	飲食料品卸売業	多岐にわたる。
1061	中小企業	建設	困難な問題が山積している。

規模	業種	内容(地域間・企業規模格差等)	
1062	中小企業	専門商品小売業	地方の中小企業は疲弊しており、都市部・大企業との格差が埋まらない。支援制度の拡充を望む。
1063	小規模企業	専門商品小売業	賃上げはしたいが、経営は黒字転換しなければ困難である。特に地方では赤字企業が多くを占めている状況下であるため、賃上げは厳しい状況である。
1064	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	来年には、再度上げなくてはならない。首都圏と地方の賃金格差が大きいため、何かしらの対策が必要である。
1065	小規模企業	農・林・水産	地方の中小企業の従業員賃金が、首都圏企業の地方工場の従業員賃金との差がある。このことで新規採用にも影響が出る。しかし、急激に賃金を上げることは、難しい。
1066	中小企業	情報サービス業	諸物価高騰により、賃上げの必要性は高い。並行して業界の人件費が関東地区で異常に上がっている。人材採用面でも賃上げをする必要性は大きい。
1067	小規模企業	飲食店	人材の流動性が高まったことに伴い、良くも悪くも経験を積むことによるスキルアップよりも、自身の許容するストレスに対応した業務しか行わなくなったこと、賃上げをしようとしても、その水準に至るまでに都市部へ外国人材までも流出する。賃上げをするには、抜本的な業務の設備による自動化を求められる。
1068	中小企業	飲食料品・飼料製造業	日本は零細企業・中小企業・大手企業との賃金格差が大きすぎる。
1069	中小企業	機械・器具卸売業	世間相場・大手企業との格差・利益が出ない中での昇給。
1070	小規模企業	機械・器具卸売業	ベースアップを含め大幅な賃上げを全体で実施できるようにすること、特に中小企業。
1071	中小企業	不動産	中小企業こそ、賃上げは必須とらえている。
1072	中小企業	建設	中小企業は大手企業に比べ、賃上げ金額等は低くならざるを得ない。
1073	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	大手並みの昇給が出来ない。
1074	大企業	運輸・倉庫	大企業と違って賃上げはそう簡単に進めない。
1075	中小企業	機械・器具卸売業	大手企業の賃上げ率に追いつけない。
1076	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	大手企業のような賃金アップ・ベースアップが難しく、採用や既存社員の継続雇用に影響が出ていると考える。
1077	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	少々の賃上げでは人は集まらない。福利厚生を含めた全体で大手企業に人材は流れる。
1078	中小企業	化学品製造業	年々、大手企業のベースアップの金額と差が開いていくので、雇用面で不利になる。
1079	中小企業	飲食料品・飼料製造業	人財確保に向けた競争力強化に向けて、初任給を含めた賃上げを実施したいが、この厳しい経営環境下では、そのための原資がなく、苦慮している。人財確保も賃上げができる大手との格差は開くばかりである。
1080	中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	中小企業の場合、賃上げを行っても大手企業との格差は拡大する一方で雇用の拡大にはつながらない。外国人労働者の受入れを拡大できるような法律の改正が絶対に必要。
1081	小規模企業	不動産	賃上げをしなると転職される。中小零細企業は大手のような賃上げができず離職され人手不足倒産が増える一方。利益を増やすにも限界があり倒産する中小零細企業は後を絶たない。
1082	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	大手異業種が賃上げを表明している為、人材離れが起きないように賃金を上げざるを得ない。しかし売上は減少しているの、非常に厳しい。忍耐力が必要であり、完全に耐久戦となっている。
1083	中小企業	飲食料品卸売業	報道等で大手企業などのベースアップなど多々報道されているため、現在雇用している人材流出の歯止めもかねて、定期昇給以上ベースアップをしました。また、非正規雇用の人材も、新規雇用する場合、周りの時給より高くなければ申し込みが少い為高めに設定した結果、前からいた方の不満が出ない様に、大幅に時給を上げました。
1084	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	当社なりの取組をしているが、マスコミ報道が大企業の数値に偏っており、社員の満足度はなかなか高まらない。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

(iii) 国の支援・関与の在り方（支援策、賃上げ要請等）

- ・経済対策（消費喚起策等）や物価高騰対策、賃上げ税制の拡充、法人税等の減税、各種補助金（設備投資支援等）といった、国の支援策を求める回答が見られた（番号1085～1162）¹⁸。
- ・国による賃上げ要請については、中小企業では対応が困難である、賃上げは各企業の経営判断によるべきものである、といった内容の回答が見られた（番号1163～1188）。

規模	業種	内容(支援策等)
1085	小規模企業 機械・器具卸売業	根本的な円安を是正できれば、インフレも抑制できますので、早く実施すべきかと。。。
1086	中小企業 機械・器具卸売業	いくら賃上げをお願いされても、円安対策してもらわないと厳しい経営が続くと思います。
1087	中小企業 繊維・繊維製品・服飾品卸売業	国の要請に応える気持ちで、今春は大幅な賃上げを実施しましたが、企業への還元が無さすぎます。円安への対応も何もありません。来春も賃上げを求めようですが、一時的な還元ではなく、ある程度の期間に亘る中期的な取組がないと、応えられないです。具体的に法人税や地方税などの減額、消費税の減額を期待します。
1088	小規模企業 建設	物価高騰対策。
1089	小規模企業 建設	物価上昇対策。
1090	小規模企業 化学品製造業	売上高減少、仕入価格上昇、製品販売価格据え置きの状態にあっても従業員確保のために賃上げをしなければならぬのは非常に厳しい。売上や販売価格については企業努力が足りないと言われればその通りかもしれないが、仕入価格の上昇については緩和策をもう少し考えてもらいたい。
1091	中小企業 情報サービス業	原材料が高騰して、賃上げしたら利益なんか吹っ飛び。どこまで高騰するかわからないのに、賃上げするのはかなりの勇気が必要。この背中を国にはそれだとわかるように明確に押しつけてもらいたい。
1092	中小企業 運輸・倉庫	円安・紛争による原材料費の上昇が負担になっているが政府は何故にトリガー条項を発動しないのか。ましてや卸元に補助金を支給するという訳の分からない対策を行うのか納得がいかない。軽油取引税を撤廃することでどれだけの運送業が賃上げに踏み切れるか。怒りしか感じない。
1093	中小企業 機械・器具卸売業	政府経済政策の方向性の一元化。
1094	小規模企業 飲食料点小売業	政府の経済対策に準じた行動。
1095	中小企業 建材・家具・窯業・土石製品製造業	個人消費が増えないので、企業努力だけでは限界がある。政府による公共投資や一時金など、今ほど政府による役割が求められている時代は無い。増税や社会保険料増額による収奪は即刻止め、政府支出を増やさなければならぬ。経団連などは寡頭支配層なので、言うことを聞く必要はない。
1096	中小企業 不動産	中小企業には、円安によるコスト増加とあわせて、大きな負担となっています。減税を含む景気刺激策を政府に求めたい。
1097	中小企業 機械製造業	国は積極財政政策を取り、景気の上昇となれば生産性は向上します。そのような環境の中で作業者の教育、省人化を進められる。そうすると税収も上がり、消費税は減税しお金を使い易くして消費を増やすと賃上げ原資ができると思います。
1098	小規模企業 リース・賃貸業	アメリカから押し付けられた株主資本主義が浸透し、株主への配当金を最大化するために人件費を最小化することが求められる経営体制では、総理大臣が企業に賃金引上げのお願いをしても無駄である。それはパフォーマンスでしかない。政府が積極財政に政策転換し、財政出動により景気浮揚を図ることが賃上げへの最短ルートである。小手先だけでお茶を濁すような政策ばかりでは景気は良くなるまい。
1099	中小企業 機械・器具卸売業	給付金で一時しのぎをするよりも経済成長のための政策実行に予算を使ってほしい。経済成長による緩やかなインフレとベースアップがあれば国民からの不平不満は出ないのではないかと思う。
1100	中小企業 化学品卸売業	少なくとも物価上昇率以上の賃上げをしない限り、賃上げの実感はない。仕入れ価格も上昇しているが、値上げがすぐに出来る状態でもなく、利益のアップも難しい。法人税を減税しても内部留保になるだけで、従業員に還元される訳ではない。日本全体の景気を良くする政策を実施しない限り賃上げは難しいのではないか。ただ、消費税減税または廃止は事実上賃上げと同じであり、景気回復の起爆剤となることは間違いない。
1101	小規模企業 専門商品小売業	国や地方自治体から最低賃金の上昇を指示されたが、結局のところ個々の企業の売上財務状況が改善しない限り、賃上げは不可能である。国の税収はコロナ禍でも増収したにもかかわらず日本国全体の景気上昇を考えずにいることがこの30年間の今の状況を作り出していることこそが加減改善してもらわないと困る。
1102	中小企業 その他サービス業	法人税額を減少させてまで、個人の所得を増やした方が良いのか、どちらかが従業員、国民にとって良いか、考えさせられる。
1103	中小企業 パルプ・紙・紙加工品製造業	賃上げは増収増益が前提なので、政府の景気回復策、個人消費回復策を期待します。
1104	小規模企業 紙類・文具・書籍	購買意欲の向上が最重要。

¹⁸ 価格転嫁に係る支援策を求める内容の回答については、主に「①自社の取組に関する課題（i）売上等に関する課題（売上・利益、原資不足、業績・業況、単価の引上げ・価格転嫁等）」（48～59頁）に、税・社会保障に係る支援策を求める内容の回答は、主に「②制度的・社会的な課題（i）制度に関する課題（税・社会保険料、最低賃金、年取の壁、働き方改革等）」（70～74頁）にそれぞれ掲載している。その他のカテゴリーにおいても、国の支援策を求める内容の回答が掲載されていることがある。

設問 3 賃上げの実施状況及び課題

		卸売業	
1105	中小企業	化学品製造業	社員の定着を図るためにも賃上げは必要だが、個人が消費に向かうよう政治の働きかけも大事だと思う。
1106	中小企業	飲食品卸売業	諸外国に比較して日本は賃金が今まで上がらず安いのは理解しているが、だからといって上げると言われて上がるものでもない。中小零細企業は特に、国主導で賃金を抑えデフレ経済を今までやってきておいて何を突然言っているのか、と思う。今はインフレ環境下で消費マインドは以前よりもデフレマインドです。金が無いから物は買えない。
1107	小規模企業	不動産	売上が上向いていないのに関わらず、国の施策により人件費だけが上がり基調で企業の利益を圧迫する原因だと理解している。まずは消費税を下げ、個人消費を上向かせて欲しいと願っている。
1108	小規模企業	メンテナンス・警備・検査業	消費者が利用しやすい環境。
1109	中小企業	出版・印刷	トリクルダウンの恩恵は全くない。
1110	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	官製賃上げではなく経済の循環として自然に上がっていくような政策(規制緩和に尽きる)を意識してほしい。
1111	小規模企業	建設	事業全体の収益率が上げれば、必然的に社員への賃金にフィードバックを行うことができるが、現状政府の政策等を見ても、法整備においては、基準が厳しくなり、イニシャルコストがアップする。補助事業においても法基準を対象とする内容になっている。顧客賃金がまだ、上昇しない中、法改正・補助金制度で需要が現状維持・増加するとは思えない。それに伴い社員賃金を上げる事は、困難である。
1112	小規模企業	専門商品小売業	賃上げについて政府はほぼ何もしていない。大企業に頼るのではなく、補助金・給付金の拡充や社会保険料の減額等を行って、中小企業にとっても企業が賃上げしやすい環境を整えることが必要。
1113	小規模企業	各種商品小売業	賃上げは本来政府から要請されるものではない。経済原理に基づくと需給バランスにより拡大されなければならない。賃金上昇を政府主導でお願いするのなら需給バランスギャップの分、補助金を補填する必要があるのではないかと。そもそも失業率の上昇についてはスタグレーションを引き起こす危険性がある。
1114	大企業	各種商品小売業	賃上げに伴い会社負担も増加するので政府による補助金等の検討をして頂きたい。
1115	小規模企業	運輸・倉庫	継続的なベースアップには課題が残ります。一部政府からの補助などがあると零細企業は助かります。
1116	中小企業	その他の卸売業	賃上げはしているが、利益が減っている中で実施しているのがかなりきつい。でも給与アップをしなければ従業員が離れる恐れもある。賃上げした半分ぐらいを政府が補助してくれたら助かる。
1117	中小企業	飲食品卸売業	給料を上げると言われても、上げるだけの余裕はなく、上げないと若い社員が辞めてしまって人材不足になってしまう。給料を上げるのであれば法人税減税とか、中小企業への補助金などで支援して頂きたい。
1118	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	政府の補助無しに賃上げせよと言われても困難。
1119	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	賃上げは理解できるが、慢性的な人員不足で売上が伸び悩んでいて仕入原価も上昇している中での賃上げは非常にきつい。補助金が欲しいです。求めるだけでなく、問題点の改善に対応する策がない。
1120	小規模企業	建設	昇給はあったものの、世の中の値上げについていけなくらいの微々たるものです。国策として個人所得の増加をしないと零細企業はどうにもならない。
1121	小規模企業	飲食品小売業	もっと賃上げのための融資枠を作ってほしい。自己資本では、賃上げ出来ないし、したくない。
1122	大企業	化学品製造業	賃上げに比べ、物価変動幅が大きいため、従業員は賃上げの効果を実感できていないと考えられる。企業に対して不満を持たれるような政策ではなく、後から減税などがバラマキをするのであれば、最初から経営を安定化させる政策を実行して頂きたい。
1123	中小企業	各種商品小売業	賃上げは必要と思うが、会社の利益確保が困難になる。消費税の下げが必要。または、無利子の借入金が必要。
1124	中小企業	娯楽サービス	政府は企業への減税措置がほとんどないのに賃上げ出来ない。価格転嫁すると売上減少し会社運営が困難になる。
1125	小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	賃上げと共に法人税の補助など国としての対策が明確化しないと成り立たないと感じる。
1126	小規模企業	飲食品小売業	法人税を安くしてほしい。
1127	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	賃上げは以前より実施している。法人税が高すぎるので対策をお願いしたい。
1128	中小企業	旅館・ホテル	急に集客が回復したことで、外注人件費・短期社員の人件費が先に上がってしまい、社員・地元パートさんへの賃上げが後回しや、小幅になってしまっています。会社は、誰から賃上げを行うべきであるかは明確だと思います。原資の確保を、企業努力だけでなく、法人税等の減税にも求めたいと思います。
1129	小規模企業	不動産	賃上げを行った法人に税務上の恩恵をもっと行った方がよい。
1130	中小企業	建設	賃上げ減税の拡充。
1131	中小企業	機械・器具卸売業	賃上げ税制の拡充。また、収入の壁問題等、税と社会保障の一体となった制度改革(最低賃金に合わせて壁の金額も上げる、もっと分かりやすい制度に整理する等)をしないと働き損から人手不足に拍車がかかる。
1132	小規模企業	建設	賃上げを実施した際の減税施策をシンプルなものにしてほしい。中小零細企業が実施することへの苦労、思いを目に見える形で還元してほしい。
1133	中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	賃上げ促進税制は複雑すぎるだけで意味はないと思う。例えば3%上げるつもりだった企業が、5%上げるのが要件になるなら、敢えて今年は上げずに来年一括して5%上げようと言う風になると思う。そもそも早くから賃金を上げている企業が損する。
1134	中小企業	農・林・水産	賃上げを行った会社の法人税を減税するといっても、そもそも赤字で法人税を払っていない多くの会社には何のメリットもない。
1135	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	大会社や一部の高収益の会社の賃上げに引っ張られ賃上げを行わざるを得ない状況であるが、正直しんどい。しかし上げなければ新規採用もままならないので悩ましい。政府は賃上げ率により減税するから賃上げしろと言っているが現状を理解していない馬鹿な政策だと思う。
1136	中小企業	機械製造業	最低賃金を決められるなら、そこまでは所得税をゼロにすべきでは？
1137	小規模企業	化学品卸売業	ステルス増税は、自由な賃上げにNegativeな影響がある。
1138	中小企業	機械・器具卸売業	会社、個人、税金負担が多すぎる。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

1139	中小企業	その他の卸売業	国はこの数年、所得向上のために賃上げを要請していますが、当社はこの10年間昇給のなかった年はありません(決して威張れる額ではありませんが)。今年に関しても定期昇給とインフレ手当に対応して従業員の生活向上を目指しています。設備・投資も積極的に行っています。そこで国は何をやってくれたのか? エネルギー高騰対策は効果があったと思います。では、所得倍増(発言内容は変わっていきませんか)と掲げたことに対して成果があったのでしょうか? 個人の所得を上げるのは賃上げばかりではありません。『引かれるものを減らす』でも所得は上がります。
1140	中小企業	情報サービス業	税金は上がって、売上は上がらず(予算は変わらない)。賃上げしろと言われても原資がないです。賃上げしたら会社潰れます。経営もしたくない。総理が企業が収益上がるようにするとと言われてきましたが、何をどうしてくれるんでしょうか? 社会保障に消費税必要といひながら、社会保険料上げたりしていますよね。ダブスタなんでしょう? 消費税を一旦下げてみたらいいじゃないですか。個人消費が上がりはいろいろましく思うんですけど。全く政府に期待できない。時点でお察しです。
1141	小規模企業	その他サービス業	下請仕事の価格の引上げを先にしてほい。また、機械化に関する支援を頂きたい。
1142	小規模企業	その他	各種補助金で賃上げ要件がありますが、中小企業では限りある資金の中で賃上げを実施するため、一律ではなく個人の能力・貢献度に応じて賃上げ幅を設定するため、何パーセント以上が要件となると活用が難しい。
1143	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	来年事業再構築補助金を利用する予定だが、賃上げの必須要件について、申込み時点直近の給与総額と比べるのではなく、2~3年の中で、任意の年をピックアップし、そこからの賃上げという形にしてほしい。当社はすでに前年から賃上げを行っており、補助金を受けるためにはそこから更に賃上げをしなければならず、予算確保が大変である。柔軟に対応してほしい。
1144	小規模企業	飲食店	上げろと言っても限界はある。借入も返済しないといけないし、売価はFCの為に勝手に上げられぬし、どうしたらいいのか。補助金を申請してもあるけど、厳しい条件がありすぎるし、誰かに頼まないとできないのがほとんど。結局実費がかなり必要。首を絞められるのが実際。
1145	中小企業	情報サービス業	政府が上げろと言っても、環境が整わない。大手企業の内部留保を下請企業に吐き出させる施策を望む。
1146	小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	中小は単に賃上げと言われても原資が無ければ出来ず、大手企業と政策の考え方を要するべき。
1147	中小企業	機械製造業	中小企業には政府推奨のUP率にはほど遠く物価の上昇率より低いペースアップのみ。最低賃金も毎年上がりパートアルバイトへの人件費増大は非常に厳しい。大企業基準での政策は見直すべき。
1148	中小企業	人材派遣・紹介業	全体における、中小企業で働いている人の割合は70%以上であり、中小企業数は99%以上である。また、中小企業の大多数は、大企業の下請である。「大企業に対して、中小企業への下請代金を増額させた場合に減税措置を講じる」など、中小企業へお金が回る仕組みを政治家は議論すべきであると、非常に強く申したい。中小企業にお金が回れば、中小企業においても賃上げが推進されていき、社会全体の賃上げに繋がっていくと確信している。
1149	小規模企業	建設	利益を生み出す構造にしなければ賃上げはあり得ない。ダンピング気質になっている同業者がいるので、業界として利益が出にくい構造になっている。ダンピング業者の排除が望まれる。利益が出れば必然的に賞与が上がるので賃上げに繋がる。
1150	小規模企業	その他製造業	他の先進国と比べて日本は年収が低すぎる。世界水準まで引き上げる政府の施策がないと今後10年は輸入に頼る企業の業績は困窮を極めるとされる。
1151	小規模企業	建設	賃上げを行うためには売上・利益アップが必要であることから公共事業費アップを期待する。
1152	中小企業	運輸・倉庫	国土交通省が定める標準運賃を荷主が支払う法律がないので、是非とも荷主には国が定める標準的運賃を支払う法律を改正してほしい。全てが解決するかと思います。
1153	中小企業	運輸・倉庫	物流業界における2024年問題への対策には大きなコストがかかるが、労務管理の法制化だけで荷主に対する運賃・作業費の増額は法制化されておらず荷主の理解(善意)に頼っているのが実情。運賃等の値上げについて法制化など強制力を持たせないと中小企業では物価高への対応に追われ従業員の賃金まで上げられない。
1154	中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	粗利が減少する中、将来見通しが立たず、賃上げ等はリスクのみである。雇用調整助成金を復活すべき。(コロナで買った企業は1年間買えない)
1155	小規模企業	不動産	戦力外社員を解雇しやすくなること。
1156	中小企業	機械製造業	国は「一律に賃上げしろ」ということを言わないでほしい。生産性が高く前向きな人に報いることができる法制度にしてほしい。実質解雇権を制約している現状をどうかしてほしい。下請法の定義を見直し、超大手の買いたたきをやめさせてほしい。本当にやる気あるのなら、もっと現状分析して施策を決めてほしい。
1157	中小企業	化学品卸売業	簡単に退職させられないので、退職させるための法的な道筋(例:実働年数に応じた退職金を支払えば辞めさせることが出来るなど)を設定してほしい。ある程度従業員が有利でもよい。
1158	中小企業	農・林・水産	政府の具体的な施策が公務員の給与アップ以外に見えない。
1159	小規模企業	飲料品小売業	国の政策がひどすぎるので自助努力をする事で、賃上げを進める。経営能力がない企業は今後更に淘汰が進むと思う。
1160	小規模企業	不動産	政府による賃上げ要請は、上場企業にのみ実現可能であり、中小・零細企業の黒字化を達成しなければ絵にかいたモチになる。ゾンビ化した中小・零細企業の市場からの退場と新陳代謝が必要である。もっと政府には大局的に成長戦略を練って欲しい。
1161	小規模企業	運輸・倉庫	仕事が安定的に供給され、安心して働けると考えるマインドを向上させることが重要。最終的にはセーフティネットと再チャレンジ可能社会の形成が必要。
1162	中小企業	専門サービス業	政府は賃上げをしろと言っているが、経済は生き物なので政府が言っても影響は少ない。政府は国民の生命財産を守るために外交と防衛に力を入れたほうが良い。

規模	業種	内容(賃上げ要請等)	
1163	小規模企業	不動産	政府の要請はその場限りであり、長期的に対応しづらい。
1164	中小企業	建設	政府の賃上げ要請にも限界があると思う。
1165	中小企業	運輸・倉庫	官製賃上げに追われているが、実状に即していない。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

1166	中小企業	人材派遣・紹介業	政府がインフレに対して何の策も無いまま、賃上げ要請をしている。収益は大きく減少している。
1167	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業 製品卸売業	賃上げできる環境に息継ぎが必要な局面に近づいているように感じる。掛け声だけでなく実体のある政府指針や行動を期待したいが見えない。
1168	小規模企業	出版・印刷	中小・零細企業にとって、この景気の悪いなか、あれば政府が賃上げを呼び、大手企業が大幅アップすると、経営・人材確保が苦しい。
1169	中小企業	情報サービス業	中小企業は、根拠のない賃上げ施策に辟易している。
1170	中小企業	専門サービス業	我々小企業は政府が指導するような大幅な賃上げはやりたくも出来ないのが現状である。
1171	小規模企業	建設	ここ5～6年、賃金アップや環境改善には取り組んできたつもりだが、ここに来て、3%（中小企業は1.5%）目標とか掲げられても、本当に中小企業は厳しい部分がある。
1172	中小企業	電気機械製造業	上場企業の収益性や資本充実に進み中小企業との差が拡大するなか、上場企業の公表数値だけが独り歩きし、中小企業社員のモチベーション低下に繋がる。
1173	中小企業	建設	国のいよ加減な政策で、売上が無いのに賃上げをしろと、倒産に向かう旗振りをしている。
1174	中小企業	機械製造業	21年・22年に大幅な賃上げを実施した後、政府が上げる上げろはヒントがずれてる。
1175	小規模企業	情報サービス業	市場拡大や売上拡大の将来ビジョンも描けないのに、マスコミ主導＝欧米追従で、インフレ懸念の中、賃金を強引に上げさせようと企業経営に干渉しているが、また大失敗する懸念しか感じない。マスコミの干渉を排除すべき。
1176	中小企業	電気機械製造業	政府は上場企業の業績を見て賃上げ率何パーセントとマスコミに報じさせているが、中小企業で対応できる企業は少ない。もう少し中小企業の事を考えてマスコミも報じて欲しい。
1177	中小企業	電気機械製造業	リーマンショック後の経済変化で経済環境が完全回復しておらず、賃上げは思うように実施出来ていないが、昨年・今春と僅かながら修正をしているが、収益体制が整わず、十分な対応が出来ていない。政府や報道では賃上げで消費を拡大し、景気浮揚を煽っているが、企業の生存を考えると難しい選択である。
1178	中小企業	リース・賃貸業	政府の指示でやっているのだろうが、メディアなどが「一律5%賃上げなどと煽るのは本当に迷惑。日本中にある法人から統計を取っているわけでもないのに、都内に本社を置く大手企業からのみの情報を、さも全国平均かのように報道されては労働者が混乱する。
1179	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	政府がとやかく言うことではない。政府が言わなくても賃上げする企業は賃上げするし、しんどい淘汰されていく。
1180	小規模企業	建設	賃上げは個々の企業の業績や状況判断に基づき実施されるものであって、政府が声高に実施を求めたり、誘導するものではない。
1181	小規模企業	建設	新聞では大手の賃上げのニュースが掲載されているが、中小企業の業績は良いとは言えず、経営者の心は非常にプレッシャーを感じる。総理、政府は更なる賃上げをとアナウンスしているが、円安によって業績に逆風を感じている業種に対して配慮が欲しい。
1182	中小企業	電気機械製造業	良い人材を獲得するため、賃金や賞与は大幅に見直ししている。おかげで人材は集まるようになったが、日本政府が内部留保をため込んで吐き出せや賃金を5%以上に上げろだの言われるのは気分を害する。大企業にはあてはまるかもしれないが、中小は大企業ほど利幅もなく、したくてもできない企業も多くある。勝手に言い分だし、内部留保がなければコロナやウクライナ情勢の経済危機は生き残れない。コロナ禍で政府が援助した無償資金が返済できない企業を見るとそのことがよくわかる。無理して企業が倒産したらそれこそ本末転倒。
1183	中小企業	運輸・倉庫	サービス業ですが、まずは顧客に対し料金の見直しをお願いしており、その結果に応じて、徐々に賃上げにつなげていきたい。一律の賃上げは、最低賃金の上昇に対応し、自然増になっており考えておりません。無意味な賃上げは避け、意味のある賃上げを模索していきたい。国主導には反対であり、資本主義の根幹に反する、自由競争からかけ離れて行きます。
1184	中小企業	その他の卸売業	全業界で一斉に賃上げでは、自由な資本主義経済の維持は難しくなるのではないかと。
1185	中小企業	メンテナンス・警備・検査業	賃上げは国が定めるものではないと考えます。市場原理に任せるもの。国の方針が不明確なのに賃上げが先行している。
1186	小規模企業	広告関連業	都内の広告代理業です。政府からの要望上昇率は達成しています。しかし、賃上げを国から要望されるのは違うと考えています。離職率や採用コストを考えて、各企業が労働に応じて賃金をコントロールしなければ、市場原理から逸脱してしまうと考えています。
1187	中小企業	機械・器具卸売業	減税や補助金などの各種支援策は本質的な問題解決にはならない。企業が給与を継続的に上げるためには、粗利益（付加価値）が増額して配分原資を得ることができなければならない。結局は各企業の努力であり政府が口をはさむ話ではない。
1188	中小企業	機械製造業	賃上げは個別企業の収益により決定させるものであり、基準はあれど政府に指導される筋合いはない。収益に課税、個人所得の上昇に課税と、企業が内部留保しようが、従業員に還元しようがどちらでも政府が潤うよう増税されているのが実態。経済の活性化を求めたら、減税しても有効に機能する国家予算の策定が第一。これこそ為政者の仕事。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

③ その他

- ・賃上げの動機や今後の実施予定、子会社であるため自社では賃上げを決められない、といった回答が見られた（番号1189～1288）。

番号	規模	業種	内容
1189	中小企業	自動車・同部品小売業	可能な限り前向きに取り組む。
1190	中小企業	輸送用機械・器具製造業	来年も賃上げが出来る様になりたい。
1191	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	継続的な賃上げをしたい。
1192	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	上げ続けるのも苦しい部分はあるが、色々考えるとやむを得ないと考えている。
1193	小規模企業	専門サービス業	近々に賃上げを実施する。
1194	小規模企業	不動産	実施しました。
1195	小規模企業	建設	最低限の苦労には報いる。
1196	中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	自力で頑張って上げるしかない、上げたい。
1197	大企業	機械製造業	賃上げはしているが、まだ低レベル。
1198	中小企業	機械・器具卸売業	「給与が増えた」と実感できるほどアップは出来ません、...
1199	小規模企業	機械・器具卸売業	実態は債務超過であるが、数年給与の昇給はしておらず、諸物価の値上がりも考慮して、久しぶりに給与UPを実施した。
1200	中小企業	運輸・倉庫	旅行業界はまだ業績が回復したとは言えない、借入金などの返済も来年度から始まるので短期的に出た利益を直ぐに還元する事は難しいが、賃上げは必ず実施したいと思えます。出来たら2024年度から少しでも上げたい。
1201	中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	出来るだけ多く支給したい。
1202	中小企業	運輸・倉庫	ベースアップ:業界や地域の水準に照らして考慮、定期昇給:来事業年度初めに実施、賞与:人事評価をもとに夏と冬業績に応じて期末。
1203	中小企業	建設	昇給月にベースアップ、賞与の額を増額、一時金支給、決算賞与支給。
1204	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	2023年5%アップ実施、2024年3%アップ目標。
1205	中小企業	情報サービス業	5%UPを今年度期初に実施済み。賞与は実績主義であるが、原価が上がっても社員はしっかり利益を生み出してくれている。
1206	中小企業	機械・器具卸売業	2023年は、ベースアップ、賞与を支給できた。しかし急激な状況変化で、2024年は実現することは非常に難しく、我慢の年になりそうです。この間に、次の発展に向けてどれだけかの成果を生み出せるかが、非常に重要な年になると考えています。
1207	中小企業	飲食店	前年の業績に対するベースアップの見直し。
1208	中小企業	飲食料品・飼料製造業	次年度はベースアップを実施すること取締役会で決定した。
1209	中小企業	専門サービス業	ベースアップは、全ての正社員を対象に2024年1月より実施。
1210	小規模企業	情報サービス業	個人の業績によりベースアップは決めている。
1211	小規模企業	建設	弊社は平均年齢が高く、年金受注者は給料は据え置きですが、他の社員はベースアップしました。賞与については各人の業績に応じて支給しています。
1212	小規模企業	飲食料品小売業	時間給を一部アップした。
1213	小規模企業	不動産	基本給を上げた。
1214	中小企業	化学品製造業	年1回の定期昇給と最低賃金上昇に対応し賃上げを行っている。
1215	小規模企業	その他の卸売業	一人前の仕事ができるまでのスキルに応じて毎年昇給するようにしている。
1216	小規模企業	建設	定期昇給とプラスして、中間期に物価調整一時金を支給した。
1217	中小企業	建設	毎年定期昇給はしているが従業員の求めている水準に達成してないかもしれない。
1218	小規模企業	電気機械製造業	今春は抑えたが定期昇給は実施した。
1219	中小企業	自動車・同部品小売業	昇給はしたが足りない。
1220	小規模企業	建設	年収の配分で毎月の給与を増やす。初任給の引上げ。賞与は状況を見て。
1221	小規模企業	情報サービス業	決算の利益により、ボーナスを付与。
1222	中小企業	運輸・倉庫	近年、コロナや気候変動などによる未曾有の出来事が続き、賃上げするよりも少しでも内部留保したいと思うのが当たり前だと考える。しかしながら、賃上げも大きな課題であることは承知している。前期はステークホルダーの方々に理解をしていただき、配当金を出さず、来月の賞与のアップを図りたいと考えている。
1223	小規模企業	電気機械製造業	弊社は、原則として期末の業績によってボーナスを出します。過去は数年、夏季、年末年始、期末の3回支払っています。
1224	小規模企業	その他サービス業	3年連続で利益増に伴い、賞与の他に、決算賞与を全社員に出させて頂いております。
1225	中小企業	飲食店	今、冬の賞与を検討しています。夏同様増額を計画しています。
1226	中小企業	飲食店	賞与を少し上げた。
1227	中小企業	その他の卸売業	2024年3月の春闘、経団連の動きを見ながら、昇給額を決定したいが、昨年に続いてのベースアップは難しい。そのた

設問3 賃上げの実施状況及び課題

			め、業績連動の形で、賞与及び一時金で所得を増やしていく方向。
1228	中小企業	建設	賃上げは実施できないが一時手当を支給した。
1229	中小企業	広告関連業	一時金による賃上げ。
1230	小規模企業	建設	小さな会社なので定期的なベースアップは確約できないが、今期は1.6%実施した。又例年は利益が出れば期末賞与に大きく反映させている。
1231	小規模企業	鉄鋼・非鉄・鉱業	経験などでの手当等を重視した。
1232	中小企業	専門商品小売業	賃上げを実施したが、実態は物価手当として支給した。基本給与ではなく手当として支給した。
1233	中小企業	機械製造業	賞与以外に物価高助成金を支給した。
1234	中小企業	建設	インフレ対応一時金とのバランス。
1235	中小企業	不動産	インフレ手当。
1236	中小企業	専門商品小売業	インフレ手当を行いました。
1237	小規模企業	機械製造業	無期限の物価手当の新設。
1238	小規模企業	建設	年一回の表彰制度・昇格制度・国家資格手当(@1,000~50,000円/月)社員にやる気を出させる仕組み作りを設けている。
1239	中小企業	建設	資格や出張に対する手当などに対して金額で支払いを行った。
1240	中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	残業代が少ない月は特別支給費を支払いました。
1241	小規模企業	農・林・水産	2年前に、大規模なベースアップをしたので、賃上げを実施してないが、年末は、下層賃金受給者の賃上げを実施したい。
1242	小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	リストラ後の残った社員に対して、給与の増額を行った。
1243	小規模企業	運輸・倉庫	業績がやや上昇。
1244	小規模企業	その他の卸売業	売上が上がっている。
1245	小規模企業	不動産	5月にコロナ類となり、売上が増加した。
1246	小規模企業	建設	体制を請工事に変えた為売上が上がっている。
1247	小規模企業	運輸・倉庫	営業職は売上に応じて成績に反映されるため、少々上昇した。
1248	小規模企業	建設	業績アップを従業員へ徹底するため賃上げを実施。
1249	中小企業	その他サービス業	業績が改善したため。
1250	中小企業	機械・器具卸売業	今年は業績拡大を勘案し賃上げを実施。来年は業績減速基調を受けて、前年比小幅の賃上げになる可能性あり。
1251	小規模企業	不動産	比較的資金に余裕があるので、賃上げをすることができた。
1252	小規模企業	その他の卸売業	会社の利潤は期末に社員に還元していますので、特に課題はありません。
1253	小規模企業	建設	利益を還元して働きやすい職場にしている。
1254	中小企業	電気機械製造業	前期が良く社員の皆さんが良く知恵を出し頑張ってくれて、今期も利益が出ました。社員にいつも言っていることは、儲けたら皆様に還元いたしますと言うことで出しています。
1255	中小企業	建設	売上増加に伴い、従業員の労働時間の増加等の努力に報いるために賃上げを行ってきたい。
1256	中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	今までの社員の皆様の貢献に対する評価、及び物価上昇に対してしっかりと社員の皆様の生活を支えるため。
1257	小規模企業	不動産	社員が第一と考えるからです。
1258	中小企業	機械・器具卸売業	社員とその家族を守る為には、定期的な昇給は必要としているが、逆に経営者にはシワ寄せとなり我慢を強いられる。
1259	小規模企業	不動産	従業員には家族がいて生活がある。
1260	中小企業	その他の卸売業	暮らしに安心をとる思いで。
1261	小規模企業	自動車・同部品小売業	賃上げは、全ての幸せのために実施していきたい。しかし、三方良しの関係性を保たなければいけない。そこで、物価の上昇は厳しいものがある。
1262	中小企業	人材派遣・紹介業	従業員の生活を守ることに重点と物価高に対する生活補填。
1263	中小企業	電気機械製造業	役割に応じたベアではなく、生活はみな同じ定義より今年度の賃金アップは社員一同同じ額をUPしました。
1264	小規模企業	機械製造業	弊社は創業者が第二次世界大戦以前に創業し、戦後の日本の為に、働く場所を造り、日本人の生活を安定させる事を目指して創業したのです。ですから社員の幸福が目指すところである。
1265	中小企業	専門サービス業	官庁の入札の条件に明記されている。今年度は3%アップ。
1266	中小企業	機械製造業	会社の業況が良くなっているわけではないが「景気状況」を鑑み多少先行投資的思いで実施した。理想は、景気が実体的に上昇し会社の業績も拡大し「賃金上昇」の形が望ましい。「賃金上昇」だけが先行しても自ずと限界がある。
1267	中小企業	自動車・同部品小売業	売上が上がったからの賃上げではなく、先行投資としての賃上げの方が効果がある。
1268	小規模企業	建設	労務費設計が上昇したため。
1269	小規模企業	建設	零細企業経営者、従業員とも賃上げができず苦しんでいる。
1270	中小企業	建設	大幅アップは難しい。
1271	小規模企業	農・林・水産	賞与を支給する余裕がない。
1272	小規模企業	建設	上げたいが出来なかった。
1273	小規模企業	飲食店	出来るわけがない。
1274	小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	上げる必要はない。
1275	小規模企業	専門サービス業	まだ賃上げ出来る状況に無いでしょう！
1276	小規模企業	その他製造業	売上が上期に少し予定を上回ったが、社員への還元は全くない。
1277	小規模企業	繊維・繊維製品・	逆に賃金を減らした。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

		服飾品卸売業	
1278	小規模企業	その他の卸売業	従業員は夫婦のみの為、定期昇給は実施していない。
1279	小規模企業	飲食品小売業	家族経営なので賃上げは考えていない。
1280	小規模企業	リース・賃貸業	もともとが良い。
1281	中小企業	出版・印刷	もともと労働分配率が高い。
1282	中小企業	情報サービス業	2年連続3.4%以上ベースアップは少し厳しい気がしています。
1283	中小企業	運輸・倉庫	親会社のベースアップ次第です。経団連でいう5%ではなく、もっと高い妥結目標を示すべきです。5%は最低線とすべきでしょう。
1284	中小企業	建設	子会社であり、ベースアップがしにくい。
1285	中小企業	人材派遣・紹介業	親会社の意向に影響される。
1286	中小企業	機械・器具卸売業	親会社の指示により、利益を上げていても賃上げ実施されず。
1287	中小企業	機械・器具卸売業	弊社はグローバル企業の日本支社という扱いであるため、独自で給与を決定できる立場がない。利益配分という点では株主への還元が大きく、従業員への還元は市場動向を見ながら慎重に決定しており、会社業績を反映しにくい環境にあると考える。
1288	中小企業	その他サービス業	親会社グループの基準に沿った対応をしなければならぬこと。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

(補論) 「現在直面している経営課題」(設問1)と「賃上げの実施状況」(設問3)の関係

※以下では、「現在直面している経営課題」(設問1)における第1位の経営課題ごとに、「賃上げの実施状況」(設問3)の回答状況を集計して、両者の関係を概観する(一部の経営課題については、回答数が少ない点に留意する必要がある)。

<図表23について>

- ・「賃上げの実施状況」で「賃上げを実施していない」と回答した割合は、「現在直面している経営課題」における「資金繰り・財務体質の強化」選択企業(25.4%)や「売上高の低迷」選択企業(19.5%)などで相対的に高く、「人材の強化(採用・育成等)」選択企業(4.0%)や「人件費の上昇」選択企業(5.2%)などで相対的に低くなった。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

図表23 賃上げの実施状況
(設問1で選択された第1位の経営課題別)

(%)

第1位の経営課題 (設問1)	賃上げの実施状況 (設問3)	定期昇給を 実施した	ベースアップ を実施した	賞与・一時 金・手当の 新設・増額を 行った	賃上げを実 施していな い	分からない	不回答
「売上高の低迷」選択企業(n=2660)		53.8	38.6	20.0	19.5	2.6	0.6
「原材料費・燃料費・電気料金の高騰・仕入価格の上昇」選択企業(n=2854)		61.7	44.8	33.1	9.8	2.2	0.1
「サプライチェーンの見直し」選択企業(n=53)		64.2	58.5	28.3	15.1	0.0	0.0
「資金繰り・財務体質の強化」選択企業(n=437)		41.2	36.6	16.9	25.4	2.5	0.9
「新分野展開・業態転換・事業再編等の事業再構築」選択企業(n=264)		58.3	45.5	35.2	14.0	3.4	0.0
「デジタル化・オンラインの活用」選択企業(n=121)		57.0	47.9	43.0	8.3	2.5	0.0
「脱炭素化への対応」選択企業(n=24)		62.5	62.5	37.5	12.5	0.0	0.0
「新商品・新サービスの開発」選択企業(n=270)		65.6	48.1	40.7	10.4	1.1	0.0
「営業・マーケティング体制の強化」選択企業(n=473)		64.1	46.1	36.8	10.1	1.1	1.1
「事業の承継」選択企業(n=408)		58.6	41.2	37.3	11.3	2.0	0.0
「海外への事業展開」選択企業(n=38)		65.8	57.9	39.5	10.5	0.0	0.0
「生産能力(設備)の不足・老朽化」選択企業(n=151)		62.9	51.7	28.5	9.3	1.3	0.0
「人件費の上昇」選択企業(n=573)		63.9	50.8	38.4	5.2	2.3	0.5
「人材の強化(採用・育成等)」選択企業(n=2285)		68.1	51.3	42.9	4.0	1.8	0.4
「多様な働き方への対応・労務管理」選択企業(n=82)		56.1	54.9	48.8	7.3	0.0	0.0
「CSR(企業の社会的責任)・SDGs(持続可能な開発目標)等に向けた取組」選択企業(n=15)		46.7	26.7	40.0	20.0	0.0	0.0
「インボイスへの対応」選択企業(n=158)		51.9	37.3	29.7	12.7	5.1	1.3
「その他」選択企業(n=126)		47.6	42.9	39.7	15.9	7.1	0.8
「特になし」選択企業(n=265)		39.2	27.9	17.0	18.9	19.2	1.5

(注) 最大3つまで選択可。赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している(赤が濃くなるにつれ値が大きくなり、青が濃くなるにつれ値が小さくなる)。

設問3 賃上げの実施状況及び課題

(補論) 「企業理念の内容」(設問2)と「賃上げの実施状況」(設問3)の関係

※以下では、「企業理念の内容」(設問2)及び「賃上げの実施状況」(設問3)の回答状況をクロス集計して、両者の関係を概観する。具体的には、明文の企業理念がある企業と明文の企業理念がない企業¹⁹とで、賃上げの実施状況の違いを比較する。

<図表24について>

- ・いずれの企業規模においても、明文の企業理念がある企業の方が、明文の企業理念がない企業に比べて、「定期昇給を実施した」、「ベースアップを実施した」、「賞与・一時金・手当の新設・増額を行った」の全てについて、回答割合が高かった。

図表24 賃上げの実施状況(明文の企業理念の有無別)

		(%)					
設問3の回答	設問2の回答	大企業		中小企業		小規模企業	
		明文の企業理念あり (n=543)	明文の企業理念なし (n=23)	明文の企業理念あり (n=5860)	明文の企業理念なし (n=1156)	明文の企業理念あり (n=2319)	明文の企業理念なし (n=1417)
定期昇給を実施した		65.9	56.5	70.8	56.2	45.5	35.7
ベースアップを実施した		55.1	8.7	49.1	38.7	40.7	32.3
賞与・一時金・手当の新設・増額を行った		35.9	21.7	36.2	29.8	27.7	21.1
賃上げを実施していない		6.1	8.7	5.4	10.1	19.6	29.3
分からない		4.6	26.1	1.7	5.7	2.3	5.3
不回答		0.4	0.0	0.2	0.8	0.5	0.4

(注) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している(赤が濃くなるにつれ値が大きくなり、青が濃くなるにつれ値が小さくなる)。

¹⁹ 本補論においては、設問2において、明文化している企業理念の内容として何らかの選択肢を選択した企業(8,722社)を「明文の企業理念あり」と整理し、「企業理念はあるが、明文化していない」、「企業理念はない」又は「分からない」を選択した企業(2,596社)を「明文の企業理念なし」と整理している。なお、設問2に不回答の企業(43社)は本補論における分析の対象外としている。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

昨今、経済・社会全体の課題としてGX（グリーン・トランスフォーメーション）の重要度が増している中で、企業に対しても脱炭素経営の取組が求められるようになってきている。

本設問では、まず、GXや脱炭素経営²⁰に対する企業の意識として、ポジティブ又はネガティブのどちらとして捉えているかについて調査を行った（90頁～）。

次に、GXや脱炭素経営に対して実施している具体的な取組内容及び課題について、自由記入形式で調査を行った（95頁～）。

<調査結果のポイント>

【GXや脱炭素経営に対する企業の意識】

- ポジティブに捉えている企業の割合（34.0%）がネガティブに捉えている企業の割合（23.8%）を上回った。また、「どちらともいえない」は23.9%であった。
- 企業規模別に見ると、企業規模が大きくなるほど、ポジティブに捉えている企業の割合が高くなった。また、企業規模が小さくなるほど、ネガティブに捉えている企業の割合が高くなった。
- 業種別に見ると、ポジティブに捉えている企業の割合は金融業が相対的に高く、ネガティブに捉えている企業の割合は運輸業や小売業が相対的に高かった。

【GXや脱炭素経営に対して実施している具体的な取組内容及び課題】

- 取組内容として、照明のLED化、太陽光発電の導入、社用車のEV化、環境関連の認証制度等への参加、設備の更新等、多様な回答が見られた。
- そのほか、コストに見合う効果が見込めない、何から取り組めばよいか分からない、GXや脱炭素経営に懐疑的、といった様々な意見が見られた。

²⁰ GXや脱炭素経営の定義は一律ではないが、本設問では、以下のとおりとした。

GXとは、「温室効果ガスの排出量削減と経済成長の両立に向けて、経済・社会システムを変革する取組」を、脱炭素経営とは「気候変動対策（≒脱炭素）の視点を織り込んだ企業経営」をそれぞれ指す。

(1) 全企業

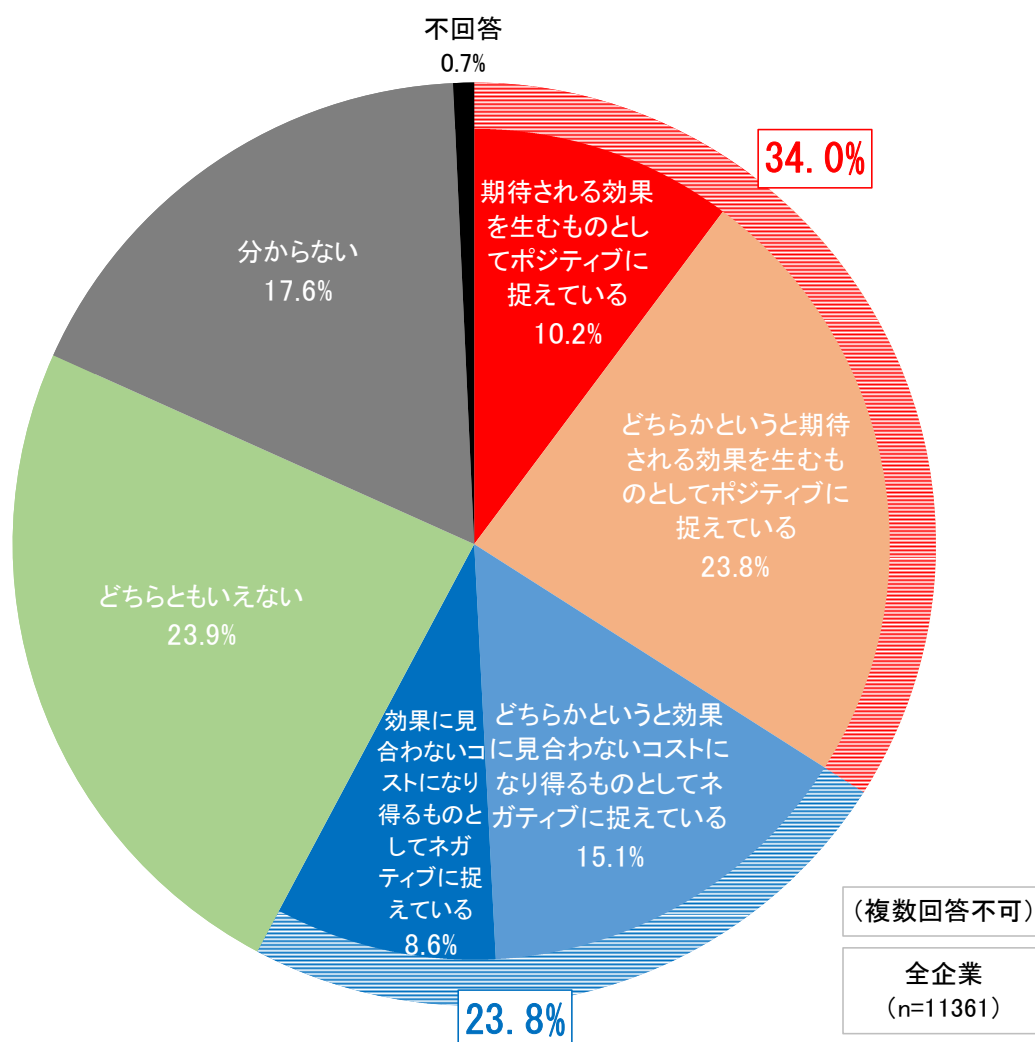
<図表25について>

- ・ ポジティブに捉えている企業の割合※1は34.0%であった。
- ・ ネガティブに捉えている企業の割合※2は23.8%であった。
- ・ 「どちらともいえない」は23.9%、「分からない」は17.6%に上った。

※1 「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合の合計。

※2 「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」企業の割合の合計。

図表25 GXや脱炭素経営に対する意識（全企業）



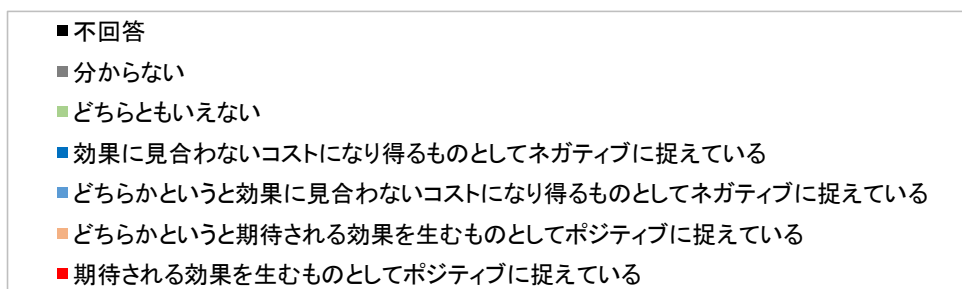
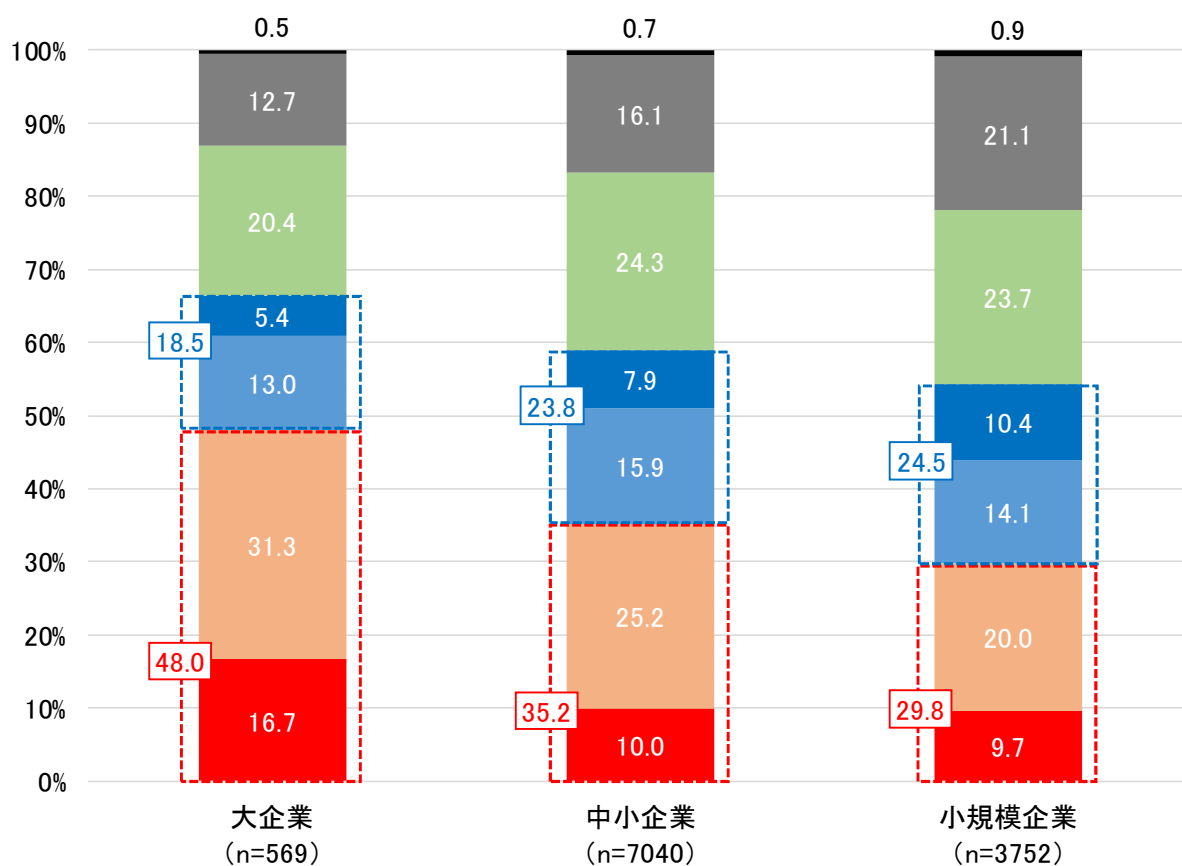
(2) 企業規模別

<図表26について>

- ・企業規模が大きくなるほど、ポジティブに捉えている企業の割合*が高くなった。
- ・企業規模が小さくなるほど、「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」が高くなった。
- ・企業規模が小さくなるほど、「分からない」が高くなった。

※ 「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合の合計。

図表26 GXや脱炭素経営に対する意識（企業規模別）



(複数回答不可)

(3) 業種別

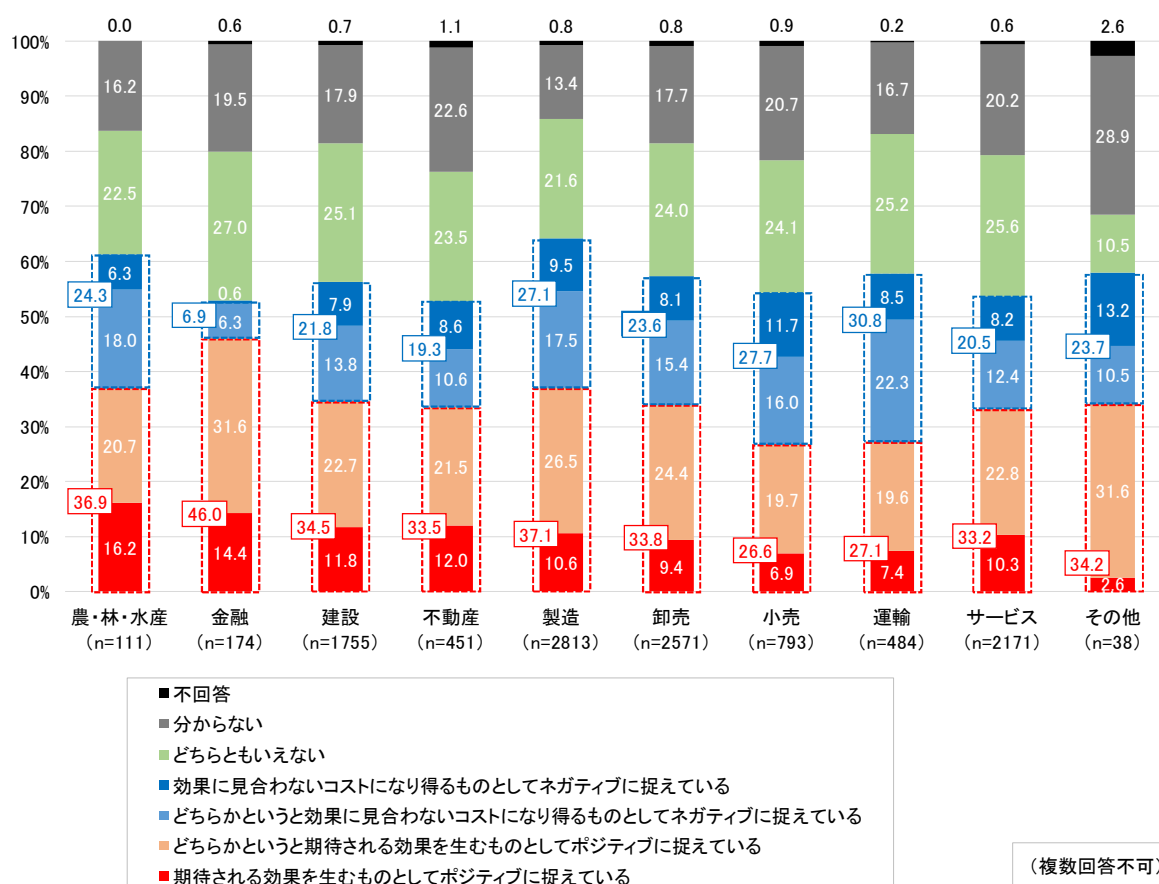
<図表27について>

- ・ ポジティブに捉えている企業の割合^{※1}は、金融業（46.0%）が相対的に高く、小売業（26.6%）や運輸業（27.1%）が相対的に低かった。
- ・ ネガティブに捉えている企業の割合^{※2}は、運輸業（30.8%）や小売業（27.7%）が相対的に高く、金融業（6.9%）が特に低かった。
- ・ ネガティブに捉えている企業の割合が、ポジティブに捉えている企業の割合を上回ったのは、運輸業と小売業の2業種であった。

※1 「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合の合計。

※2 「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」企業の割合の合計。

図表27 GXや脱炭素経営に対する意識（業種別）



設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

図表28 GXや脱炭素経営に対する意識（業種別詳細）

	期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている	どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている	どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている	効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている	どちらともいえない	分らない	不回答	n=
農・林・水産	16.2	20.7	18.0	6.3	22.5	16.2	0.0	111
金融	14.4	31.6	6.3	0.6	27.0	19.5	0.6	174
建設	11.8	22.7	13.8	7.9	25.1	17.9	0.7	1755
不動産	12.0	21.5	10.6	8.6	23.5	22.6	1.1	451
製造	10.6	26.5	17.5	9.5	21.6	13.4	0.8	2813
飲食料品・飼料製造業	8.0	22.4	20.6	7.1	25.5	16.3	0.3	326
繊維・繊維製品・服飾品製造業	5.5	29.4	15.6	10.1	21.1	18.3	0.0	109
建材・家具・窯業・土石製品製造業	12.2	29.0	17.6	8.6	19.5	13.1	0.0	221
パルプ・紙・紙加工品製造業	15.7	29.2	14.6	16.9	10.1	9.0	4.5	89
出版・印刷	12.4	21.6	18.3	8.5	22.2	15.7	1.3	153
化学品製造業	8.7	30.9	18.3	8.5	20.8	12.0	0.8	366
鉄鋼・非鉄・鋳業	9.3	26.3	17.8	11.1	22.7	12.3	0.6	506
機械製造業	11.7	26.3	16.7	10.2	20.7	14.0	0.4	479
電気機械製造業	14.3	25.4	15.6	9.8	22.5	11.7	0.7	307
輸送用機械・器具製造業	14.0	25.2	23.4	8.4	14.0	13.1	1.9	107
精密機械・医療機械・器具製造業	10.5	23.7	10.5	9.2	32.9	10.5	2.6	76
その他製造業	6.8	29.7	14.9	6.8	24.3	16.2	1.4	74
卸売	9.4	24.4	15.4	8.1	24.0	17.7	0.8	2571
飲食料品卸売業	6.6	21.2	17.1	8.5	28.8	17.1	0.6	316
繊維・繊維製品・服飾品卸売業	9.3	18.6	12.4	9.3	28.6	20.5	1.2	161
建材・家具・窯業・土石製品卸売業	10.6	27.8	13.2	6.0	22.2	18.9	1.3	302
紙類・文具・書籍卸売業	13.1	27.0	12.3	8.2	20.5	18.9	0.0	122
化学品卸売業	9.1	26.5	19.0	10.3	20.6	13.4	1.2	253
再生资源卸売業	22.9	34.3	11.4	2.9	17.1	8.6	2.9	35
鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	8.5	24.2	17.7	9.6	22.3	17.3	0.4	260
機械・器具卸売業	10.3	23.4	15.7	7.1	24.6	18.0	1.0	822
その他の卸売業	6.7	26.7	13.7	9.7	23.7	19.7	0.0	300
小売	6.9	19.7	16.0	11.7	24.1	20.7	0.9	793
飲食料品小売業	8.4	20.6	14.8	8.4	26.5	20.0	1.3	155
繊維・繊維製品・服飾品小売業	8.1	17.4	11.6	11.6	18.6	32.6	0.0	86
医薬品・日用雑貨品小売業	3.5	15.8	14.0	10.5	29.8	26.3	0.0	57
家具類小売業	0.0	11.1	11.1	22.2	22.2	27.8	5.6	18
家電・情報機器小売業	8.6	24.1	20.7	3.4	25.9	17.2	0.0	58
自動車・同部品小売業	8.7	23.8	18.3	12.7	23.0	13.5	0.0	126
専門商品小売業	6.1	18.4	16.7	16.2	21.9	19.3	1.3	228
各種商品小売業	3.8	15.1	15.1	9.4	34.0	22.6	0.0	53
その他の小売業	8.3	33.3	25.0	0.0	8.3	16.7	8.3	12
運輸・倉庫	7.4	19.6	22.3	8.5	25.2	16.7	0.2	484
サービス	10.3	22.8	12.4	8.2	25.6	20.2	0.6	2171
飲食店	8.5	19.2	17.7	10.0	16.9	27.7	0.0	130
電気通信業	14.3	14.3	0.0	0.0	57.1	14.3	0.0	7
電気・ガス・水道・熱供給業	42.9	21.4	14.3	0.0	7.1	14.3	0.0	14
リース・賃貸業	11.0	22.9	12.8	11.0	17.4	23.9	0.9	109
旅館・ホテル	10.5	30.2	17.4	7.0	22.1	12.8	0.0	86
娯楽サービス	7.1	23.0	9.7	7.1	27.4	23.9	1.8	113
放送業	0.0	20.0	0.0	0.0	46.7	33.3	0.0	15
メンテナンス・警備・検査業	5.8	26.7	13.1	12.0	19.4	23.0	0.0	191
広告関連業	7.3	22.0	8.3	8.3	32.1	22.0	0.0	109
情報サービス業	9.9	20.7	11.5	8.1	30.1	19.3	0.4	555
人材派遣・紹介業	5.7	25.0	12.5	2.3	31.8	20.5	2.3	88
専門サービス業	16.9	22.9	11.7	8.3	24.0	15.7	0.6	350
医療・福祉・保健衛生業	7.8	25.0	16.4	10.2	24.2	15.6	0.8	128
教育サービス業	13.3	13.3	8.9	2.2	37.8	22.2	2.2	45
その他サービス業	10.0	24.7	12.6	6.9	22.9	22.5	0.4	231
その他	2.6	31.6	10.5	13.2	10.5	28.9	2.6	38
全業種	10.2	23.8	15.1	8.6	23.9	17.6	0.7	11361

(注) 赤・白・青のグラデーションにより値の大小を表している（赤色が濃くなるにつれ値が大きくなり、青色が濃くなるにつれ値が小さくなる）。

(4) 地域別

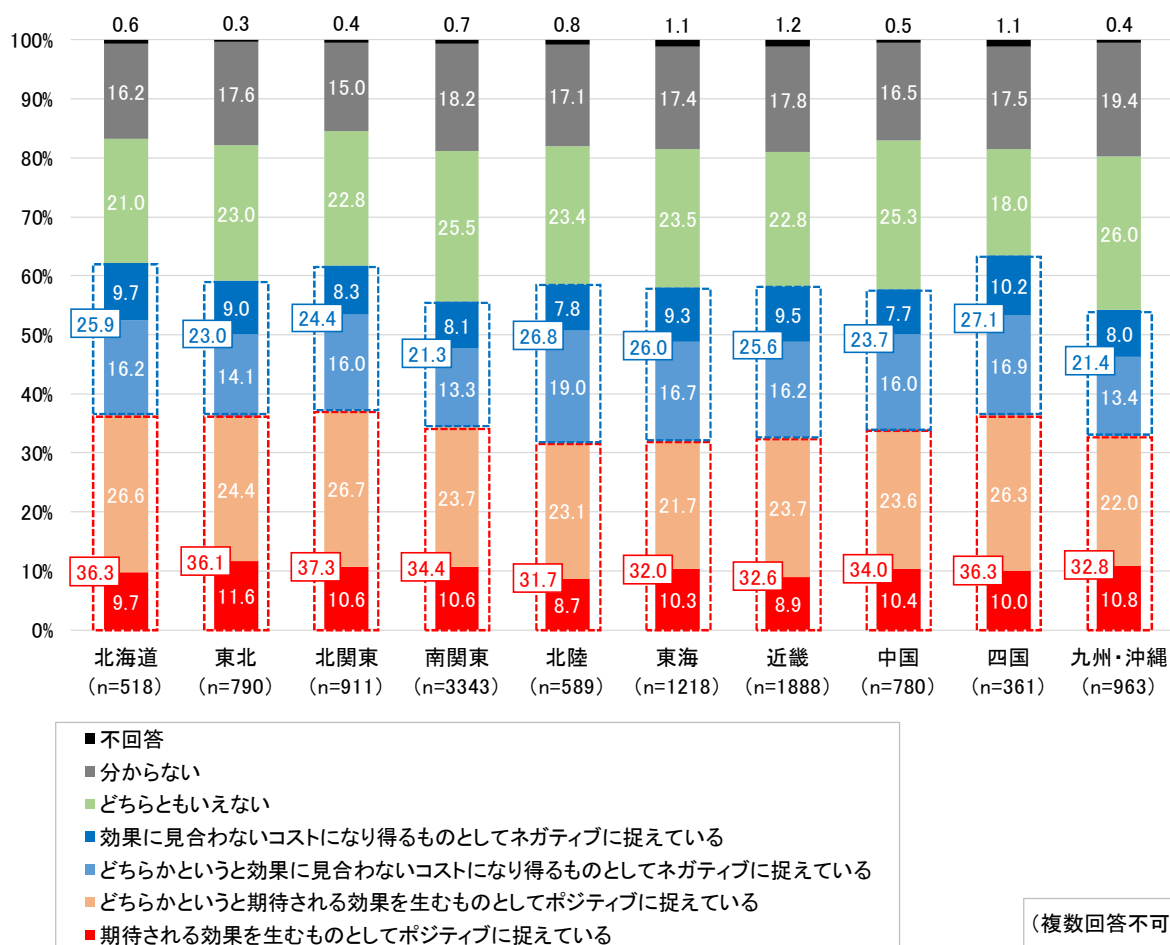
<図表29について>

- ・ ポジティブに捉えている企業の割合※¹は、北関東（37.3%）が最も高く、北陸（31.7%）が最も低かったが、その差は5.6%ポイントにとどまった。
- ・ ネガティブに捉えている企業の割合※²は、四国（27.1%）が最も高く、南関東（21.3%）が最も低かったが、その差は5.8%ポイントにとどまった。
- ・ いずれの地域においても、ポジティブに捉えている企業の割合が、ネガティブに捉えている企業の割合を上回った。

※1 「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」企業の割合の合計。

※2 「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」企業の割合と「どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」企業の割合の合計。

図表29 GXや脱炭素経営に対する意識（地域別）



(5) GXや脱炭素経営に対する取組内容と課題（自由記入形式）

本設問では、GXや脱炭素経営に対して各企業が実施している具体的な取組内容と課題について、自由記入形式で回答を求めたところ、約900件の回答が得られた²¹。

内容は多岐にわたるため、GXや脱炭素経営に対する意識に対する回答（以下①～⑥）ごとに整理した上で、主な回答例を紹介する²²。

- ①「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」と回答した企業（96頁～）
- ②「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」と回答した企業（100頁～）
- ③「どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」と回答した企業（107頁～）
- ④「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」と回答した企業（111頁～）
- ⑤「どちらともいえない」と回答した企業（114頁～）
- ⑥「分からない」と回答した企業（118頁）

²¹ 単に「特になし」「分からない」と記載してあるものを除く。

²² 自由記入の表現は、できる限り原文のまま記載しているが、一部、原文の趣旨を損ねない範囲で修正しているところがある。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

- ① 「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」と回答した企業
- ・取組：簡易な取組から設備投資を伴う取組まで、多様な内容が見られた。取扱商品そのものがGXに関係している旨の回答も複数見られた。
 - ・課題：取組をさらに進めるための前向きな内容や、今後の意気込みを示す回答が目立った。

規模	業種	内容
小規模企業	電気機械製造業	湯わかしガスの徹底、電気費用削減の徹底。
中小企業	機械・器具卸売業	事務所の照明をLED化、空調機の省エネ型への切替え。
中小企業	電気機械製造業	省エネ対策として、LED照明化、工場配置の大型エアコンの省エネ対策品に順次入れ替え、製品自身の省エネ化。
大企業	医療・福祉・保健衛生業	LED電球への入れ替え。空調機の設定温度の徹底。
小規模企業	紙類・文具・書籍卸売業	LED照明設備工事、PHV車輛の導入、インプラス(2重窓設備)、蓄電池設備、太陽光発電。
中小企業	飲食品・飼料製造業	太陽光発電システム。
小規模企業	専門商品小売業	太陽光発電の設置や照明のLED化。
中小企業	飲食品・飼料製造業	太陽光発電システムの増設。廃棄物の削減設備の導入。
中小企業	その他サービス業	太陽光発電への投資。
小規模企業	その他製造業	自家消費を前提とした太陽光発電設備を導入した。
小規模企業	建設	自社所有の太陽光発電設備農業経営。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	自社社屋に太陽光パネルを設置。事務所内・電化設備(パネルヒーター、エアコン)・冷暖房・給湯・事業を通じて得意先(工務店)にオール電化の推進を創業以来提唱。99.9%がオール電化住宅と推測できる。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	脱炭素やSDGsが唱えられる以前から始めていましたが、ソーラー発電による脱炭素事業は10年以上続けています。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	弊社は創業以来リサイクル製品を製造続けているため、脱炭素のエコ活動には積極的に取り組んでいる。機械の稼働に関しても燃料でなく、電気を使用している。
中小企業	建設	地熱利用の脱炭素冷暖房システム。
中小企業	建設	排熱回収事業を進めている。
中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	再生可能エネルギーの利用を推進している。
小規模企業	化学品製造業	再生可能エネルギーの使用。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	再生可能エネルギー(太陽光)の運営。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	再生可能エネルギーを利用した電力の利用。社員個人ができる脱炭素への取組について社内報等で発信。窓からエコプロジェクトへの参画。脱炭素に寄与する商品を注力商品として拡販。
小規模企業	建設	再生可能エネルギーを活用した設備の設計施工を当社の生業としており、本題の推進はそのまま当社事業の推進につながる。
小規模企業	建設	弊社では随分前から太陽光関連の仕事は事業の一部として行っている。また、会社としても営業車の一部をV2H対応車としている。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	①事務所の縮小で光熱費の減少。②照明のLED化。③自動車のハイブリッド化。
中小企業	機械製造業	自然エネルギーの活用として生産工場の屋根に太陽光発電パネルを装着し、自家発電の能力を付与した。また、工場内の全ての照明器具をLED化する事で電力の節電を実現した。他、資材購入についても2Sの推進を強化することで、社内の無駄を表面化させ、資材の節約に寄与した。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	特に大きく値上がりした電力料金に対応するために、工場の屋根に規模の大きな自社消費型太陽光発電を行っている。工作機械も電力消費が多く省エネ機械に変えてきている。照明も全てLED化した。会社の車両も電気自動車とハイブリッド車の導入を増やしている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	間接的取組として、原材料使用量削減・電気使用量削減・燃料(ガス)削減。
中小企業	情報サービス業	蓄電池の利用。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	ガソリンや光熱費の低減化。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	フォークリフト(ガソリン車)を全て電気に変えた。
小規模企業	機械製造業	営業車を全て電気自動車とする目標がある。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	社用車の全車ハイブリッド化。
小規模企業	飲食品小売業	自動車を電気自動車に替えて、二酸化炭素を発生させないようにしている。
中小企業	機械・器具卸売業	車両の低燃費車への更新。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

小規模企業	出版・印刷	EV車の導入、カーボンオフセットされた資材の導入。
小規模企業	専門商品小売業	EV専門のレンタカー事業を創設した。
中小企業	建設	EV車の購入、またEV充電器設置工事に積極的に関わっている。
小規模企業	建設	社用車を電気自動車に変更していく。
中小企業	専門サービス業	車両の買い替えを実施しているが、あまり多くの資金を費やすことはできない。
小規模企業	専門商品小売業	ゴミの分別の実施。
中小企業	再生資源卸売業	廃プラスチックをペレット化して再利用につなげている。
小規模企業	建設	廃材を暖房エネルギーに再生している。
中小企業	建設	既存浴室を壊さずリフォームする。(廃材を出さない)色々な補修に対応できる技術の開発。
中小企業	建設	今まで、廃木材をバイオマス燃料資材にしていたが、一部を木炭化して、農地に還元して、より脱炭素を図る取組を始めた。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	生分解製品の取入れ、炭素固定化への取組等。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	ビニール袋の使用を減らす。商品の簡易包装。
中小企業	専門サービス業	在宅勤務の推進。
中小企業	専門サービス業	ペーパーレス、フリーアドレス、フレックスタイム、ウルトラワーク、時短勤務、週休3日制。
小規模企業	飲食料点小売業	経理・労務・請求業務のデジタル化。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	原材料の見直しをするとともに、脱炭素社会に向けた製品開発に積極的に取り組んでいる。
小規模企業	農・林・水産	当森林組合は、林業主体なので、造林や森林整備を施工しているため、カーボンニュートラルに積極的に取り組んでいる。
中小企業	建設	CO2排出量の試算を実施、カーボンオフセットへの取組を検討しています。
中小企業	建設	自社自身では、官公庁や地方自治体への同種の取組への参画。また、他社や自治体へのコンサル業務としても活動。
小規模企業	不動産	建設業にも関連した分野なので、行政主導の省エネ住宅建設の法律改正などに積極的に対応していくつもり。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	補助金等を使って、古い空調機や冷凍庫の省エネ機に変更し、電気の節約やエアコン等の使用を制限し、電気の消費を抑えることをしている。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	全社的に脱炭素経営を推進している。(ESGプロジェクトチーム)
中小企業	機械製造業	GX、脱炭素の流れをビジネスにつなげる努力をしています。
中小企業	機械製造業	PPA(Power Purchase Agreement、電力購入契約)の導入を決定しました。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	環境保全への取組を重要課題と位置付け、行動憲章に環境保全・保護を織り込み推進。「2040年までにカーボンニュートラルにチャレンジ」「2030年度 Scope2(温室効果ガス(GHG)の国際的な算定・報告基準であるGHGプロトコルで定義された、自社が間接的に排出するGHGの量を示す指標)にて50%削減し消費電力のグリーン電力への切り替えを実施している。
小規模企業	建設	SDGs債への投資。
中小企業	専門商品小売業	クレジットを活用した、二酸化炭素排出実質ゼロのカーボンニュートラルLPGへの取組。
中小企業	飲食料品卸売業	30年前より二酸化炭素固定化などの取組をしており、これからもっと環境ビジネスにも力を入れていきたいと思う。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	企業改革をすることにより社員の意思疎通に効果が出ております。日頃より、脱炭素社会に向けて社を挙げて取組を行っております。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	2025年までに社内で使う資材を全て石油由来ではないものに変える、と社内で宣言した。
小規模企業	電気機械製造業	産学共同研究。
中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	原材料やサプライチェーンの見直し。リサイクル事業、SDGsに関連した新素材の開発に注力している。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	繊維製品の製造を行っているが、環境負荷の少ない素材(原料)を使用し、短期間で廃棄されずに長期に使用していただける製品づくりを行っている。
小規模企業	化学品卸売業	弊社の販売機器は農業使用を減少させることができる。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	当社は、40年以上前から、植林、枝打ち、下刈り等を行っています。SDGsに資する長持ちする商品を製造しています。5年、10年、15年履いたとのメールを頂いています。
小規模企業	化学品卸売業	取扱商品が「脱炭素商品」です。
小規模企業	建設	取扱製品が脱炭素につながる商品ですので、前向きに対応しております。
小規模企業	再生資源卸売業	弊社のメイン商材が金属リサイクルであり、脱炭素の流れはリサイクル原料の需要を高めるものと期待している。
中小企業	化学品卸売業	主力商材を再生材の販売へとシフト。
中小企業	機械・器具卸売業	GXにつながる商品の販売。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	販売製品のGX、脱炭素貢献アピール。
中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	当社取扱の紙は、現在は生産に熱(石炭)エネルギー比率が高いが、将来に向けて改革されつつある中で、植林による酸素排出や再生可能な脱石油製品であり、GXには有効な製品として今後の取引におけるPRポイントになると考えている。
小規模企業	不動産	竹炭の製造販売をこれからするところ、この事業が軌道に乗れば、60歳以上の雇用が生まれる。それが消費にまわれれば願ったり叶ったり。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	木材を扱うので今後も期待している。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

小規模企業	農・林・水産	木材(国産材)建築の優遇策の拡大。
小規模企業	その他サービス業	当社の事業主体が、再生可能エネルギー設備の管理である。会社の存在価値自体が、脱炭素につながるものです。
大企業	その他の卸売業	石化由来原材料の使用量削減、リサイクル素材を利用した製品開発、社会における製品リサイクル促進へ向けた回収インフラ整備への取組。
中小企業	不動産	ZEH(ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス)マンションの販売。
中小企業	専門サービス業	ZEB(ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)化を推進している。
小規模企業	専門サービス業	物流の効率化、最適化のコンサルティング・ITソリューションビジネスを行っているので、その追求がGX(省エネ、脱炭素)に直接つながる。
中小企業	機械・器具卸売業	無駄を極限まで減らす企業風土の醸成、世間ご迷惑を掛けない経営、企業としての浪費の抑制、正義。
小規模企業	運輸・倉庫	CO2削減による、まずは、カーボンニュートラルな技術面での社会貢献を目指している。
大企業	化学品製造業	CO2削減。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	SDGsの実践。
中小企業	機械・器具卸売業	当社の事業が、SDGsの流れに沿ったものが多いので、自社も積極的に対応してPRをかける。省エネ・省マネ・環境等。
中小企業	運輸・倉庫	今年度から二酸化炭素の排出量をホームページで公表している。いずれボーナスとリンクする仕組みを導入したい。
中小企業	旅館・ホテル	ヒートポンプによるCO2削減。2023年1月導入。ガスの削減の成果あり。
中小企業	飲食料品小売業	機械の入れ替えなどでCO2削減を推進しています。
小規模企業	情報サービス業	設備提案時に空圧から電動へシフトしている。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	弊社は既に取組んでおり、社内はカーボンオフセットである。これを体験した我が社は、それを製品化していきます。
中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	ISO14001(環境マネジメントシステムの国際規格)の維持・更新のため、継続的に各種指標を改善している。
大企業	情報サービス業	エコアクション21(環境省が定めた環境経営システムに関する第三者認証・登録制度)を取得し、積極的に取り組んでいる。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	岐阜の鉄鋼業。SBT(Science Based Targets、パリ協定が求める水準と整合した、企業が設定する温室効果ガス排出削減目標)の認証を受け(中小企業枠)、具体的CO2を減らすための意識改革や設備投資を行っている。
中小企業	電気機械製造業	CO2削減目標の達成に向けてSBTイニシアチブからの認証を取得し削減に取り組んでいる。
中小企業	その他の卸売業	健康経営優良法人認定(特に優良な健康経営を実践している法人を顕彰する制度)の取得。
中小企業	機械・器具卸売業	秋田市が運営している『あきエコ』プロジェクトに参加している。
小規模企業	建設	「ひよご産業SDGs推進宣言企業」として登録を行い、取組として、省エネ活動(電気消費量、ガソリン等燃料消費量の削減)を行っています。
小規模企業	建設	EcoVadis(国際的な評価機関であるEcoVadis社によるサステナビリティ(持続可能性)評価)に加入している。
中小企業	広告関連業	ニッセイ緑の財団(植樹・育樹により環境対策を進める公益法人)に協力(植樹・育樹のイベントにボランティア参加するなど)。
小規模企業	飲食店	ワイナリーへの経営参加。
中小企業	娯楽サービス	老朽化した設備を補助金や助成金により改修することで脱炭素に役立てると思う。
中小企業	専門サービス業	過去15年間、再生可能エネルギーに対する業務を受託して、社会貢献しております。今後も業務の主軸として、国内でのプロジェクトに参画して参ります。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	石油精製品をゼロにはできませんので、これからも、バランスを考慮しながら、少しずつでも、持続可能な社会を目指して新しいチャレンジ心を持ち続ける所存です。
中小企業	旅館・ホテル	お客様に節水・節電・省エネを求め、スタッフの行動にも旗印になるものです。大切に考えています。一方で、山岳地域・立地環境・気象条件で、なかなか厳しい側面もあり、標準的な数値指標を設定されることにお違和感を感じます。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	当社では、SDGsの取組としてプラスチック削減を目標にオリジナルの商品を製作して皆さんに配布していますが、大変好評でメディアにも取り上げていただきました。こういった取組において、続けられない大きな取組では駄目です。当社のような零細企業にとっては、小さな取組であることが最も大切です。ただ絶対に続けていくことが出来るのが大切です。このような取組において、国際共同・国・地方自治体・学校研究先・大企業・中小企業・零細企業・個人が果たす役割は明確に違います。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	緑化等にも取り組んでいるのが実態であり、技術的な側面も含め、取組可能な活動について探索中である。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	従業員を主体にして、KMS(環境問題)、6S、安全衛生活動をしていますが、再度見直しが必要。レベルアップのために。
中小企業	農・林・水産	再生可能エネルギーによる電気供給契約に変更。軽油・ガソリンなどの燃料では、代価するものが無い状況(あっても高額)。
小規模企業	電気機械製造業	建物(病院や学校など)の空調や照明設備など、省エネルギー運転のための遠隔操作監視用プラットフォーム機能製品の開発と販売をしています。顧客向けの省エネ支援を通じて、脱炭素活動に貢献しています。よりコスト効果があり広く普及が見込まれる商品の開発が課題です。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	個人のPC普及率を向上させるとともに、共有できる情報内容の充実を併せて行うことにより、業務効率の向上・改善を推進している。上意下達の方通行から、ボトムアップにつながる、会社への各人の改善提案を日常的に行える組織の構築が課題。
中小企業	電気機械製造業	老朽化した空調設備の更新、老朽化した生産設備の更新、太陽光パネルによる再生可能エネルギーの導入、これらにより効果はかなり出ているが、より一層の再エネの導入などに努めたい。設備導入費用が大きいため、補助金などを有効活用する。
中小企業	出版・印刷	6年間をかけて、会社の生産設備は7割、省エネ型機械に入れ替え完了。空調設備は95%、省エネ設備に入れ替え完了。建物の9割を断熱建物へ増改築、新築済み。GXについての取組はほぼ完了したと認識しており、今後は社員のスキルアップ、多能工化により少ない人材で生産性を継続的に上げられるかがカギ。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

中小企業	運輸・倉庫	タクシーをハイブリッドであるジャックタクシーに入替え、今後はEV車の検討をしている。インフラ整備をはじめ、様々な投資にかかる費用等も念頭に温室効果ガスの排出量削減に努めたいと思っている。
中小企業	機械・器具卸売業	物流部門のガソリンがCO2排出につながっているため、EVに替えたいが、トラックのEVで使えるものがまだない。
中小企業	情報サービス業	事務所の温度管理。公共交通機関の活用。課題として、レンタカーやタクシーを使用する場合、EV車両を選択したいが、ほとんどない。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	新工場建設にGX・脱炭素経営を取り入れたいが、かなりのコストアップとなり、補助金申請も煩雑でハードルが高く、理想と現実のギャップをつくづく感じる。スタート時に一部取り入れて、段階をおいて取り入れるといった形では、なかなかできないと思います。
中小企業	運輸・倉庫	マスコミが買収している不都合な真実(中国が環境破壊を隠しながら廉価商品を拡販していることなど)を見極め、踊らされないこと。
小規模企業	専門サービス業	ウクライナ、イスラエルがガザ地区などの戦争がCO2を大量に排出している。当事国に戦争停止を呼びかけているが、脱炭素が世界的問題となることを訴えないのか、各種報道機関に「戦争＝CO2排出」として世界的危機を報道してほしい。
中小企業	医療・福祉・保健衛生業	将来の気候変動による自然災害や食料確保のために絶対に必要な施策であり、早急に対策しなければならぬ課題である。
中小企業	旅館・ホテル	GXに係る新しい発電や原油などの開発にどんどん投資すべき。エネルギーは全世界の問題で一番が勝つため。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	電力・化石燃料が不可欠な製造業(特に蒸気養生に使う重油)であり、GXの推進イコール原価削減なので、これからもこれまでに以上に取り組んでいきたい。
中小企業	電気機械製造業	現在検討中で2年のうちにゼロカーボン達成したい。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	KPIを設定して目標に向かっていく取組を間もなく始める予定。
中小企業	専門商品小売業	社会全体の課題として絶対に努力する必要がある。
小規模企業	不動産	環境問題は常に意識して経営していきたい。
中小企業	建設	研究課題として取り組んでいる。
小規模企業	建設	地球環境のことと捉え、子供たちに残せるよう努力していくべきと考えている。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	当社の属する業界にはプラスと考えている。
中小企業	運輸・倉庫	これは皆でやらなければならぬことと思っております。
大企業	自動車・同部品小売業	理解して取り組む。
中小企業	情報サービス業	取り立てて言うことではない。ただ、取引の指標にはなるので、整理しておく必要はある。
中小企業	運輸・倉庫	具体的には特別な事はしておりません。家電や車等で少しでも脱炭素社会を目指す世の中の商品を使わせていただいている程度です。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	理解はしている。当社が実施できてくることは限られるが、少しずつ。
小規模企業	建設	まだこれと言って実施していませんが、これから資金(内部留保金)を貯めてから実施したいと考えています。何をすることも資金が必要ですから。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	ポジティブに捉えているが、特段取り組んではいない。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	中小・零細企業に求める観点ではないと思う。実態は、そこまで着いていない。
小規模企業	その他サービス業	情報収集のみで、実施はしていない。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	金融機関の無理解。自治体職員は、関心が低い。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

② 「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」と回答した企業

- ・取組：照明のLED化、太陽光発電の導入、社用車のEV化、環境関連の認証制度等への参加、設備の更新等、具体的な取組が多く見られた。
- ・課題：コストや費用対効果に関するもの、対応の必要性は認識しているが具体的な取組は検討中といった意見が目立った。

規模	業種	内容
小規模企業	不動産	光熱費の抑制。
中小企業	機械・器具卸売業	省エネへの意識向上。
中小企業	機械製造業	省エネ。
中小企業	飲食品・飼料製造業	省エネを心掛けている。
小規模企業	機械・器具卸売業	節電。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	できるだけ節電をしています。
中小企業	情報サービス業	特においび、人のいない場所までできるだけ節電に心がけている。
中小企業	化学品卸売業	省エネ設備への変更(消費電力を少なくする)。
小規模企業	専門サービス業	特に実施していないが、あえて挙げれば、業務時間中に消灯時間を設ける、空調はこまめに消す、社用車をEVにする等。
中小企業	情報サービス業	直接的に関わる部分は少なく、電力消費等は社内で周知して気を付けているレベル。
中小企業	化学品製造業	電気使用量の削減と、森林育成。
中小企業	機械・器具卸売業	電力エネルギー消費量の軽減。プラスチックリサイクルによる環境負荷軽減等。
中小企業	建設	全事業所のLED化、太陽光発電による節電、PCB廃棄による電源設備の改修。
小規模企業	機械製造業	工場の照明の全LED化と太陽光発電システムを導入済み。
小規模企業	不動産	照明のLED化等省エネ対策やグリーンボンドの購入など。
中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	電灯のLED化、社用車の一部EV化。
小規模企業	飲食店	電球のLED化、廃棄食材の削減。
小規模企業	電気機械製造業	照明器具のLED化や効率の良いエアコン導入等。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	照明を全てLEDに変えたので、電気の使用量を60%減少。トイレを和式からウォシュレットに変更で、水量は1/5になる。
小規模企業	建設	事務所・倉庫内の照明を全てLED化し、倉庫屋根上に太陽光パネルを設置。また、充電設備も設置し、発電した電気を照明及び導入したEV2台の充電に利用しています。
中小企業	機械・器具卸売業	LED照明設備更新の実施。太陽光発電設備及びEV車対応設備の導入検討。
中小企業	人材派遣・紹介業	エアコンの設定温度など少し取り組んでいるが、社員数も少ないので、それ程効果はない。
中小企業	農・林・水産	森林の価値を高める。炭素に価格をつける。国有林の地方分割と財源移行。送配電網の国有化と電力会社の解体再編。
小規模企業	農・林・水産	水稲栽培資材として炭化物を投入。圃場の中干し期間の延長等。
小規模企業	農・林・水産	林業は特に、GXに直接関わる仕事ですので、ICT機械の導入、生産性の向上などは、力を入れています。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	燃料費などの節約、残業全面廃止。
中小企業	運輸・倉庫	燃費向上を目指している。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	全照明器具のLED化と太陽光発電の設置。
中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	CO2排出量の把握、省エネ設備や太陽光発電の導入。
小規模企業	その他	太陽光発電パネル設置などを行っているが、中小企業が自己資金で対応するには限界がある。
大企業	自動車・同部品小売業	太陽光発電の利用。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	太陽光発電の導入。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	太陽光発電パネル107KW/h設置を致しました。次はこれからの課題となります。
中小企業	機械製造業	太陽光発電の設置を検討中。
中小企業	化学品製造業	太陽光発電システム自家消費の導入。
中小企業	リース・賃貸業	太陽光発電設備へのファイナンスや出資も行っている。
中小企業	農・林・水産	太陽光発電設備の拡大。
中小企業	建設	太陽光発電システムの導入。
中小企業	その他の卸売業	太陽光パネルを設置した。
小規模企業	不動産	屋上への太陽光発電所の併設。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	自家消費型太陽光発電。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

小規模企業	機械・器具卸売業	小型太陽電池のビジネスを開始しました。
中小企業	娯楽サービス	当社として、主に太陽光設備の設置に取り組んでいる。設置することによる電気代の削減と設置コストの回収期間で投資判断を行っている。
中小企業	建設	省エネ設備に改善、太陽光発電設備設置で電力の自家消費で貢献。
小規模企業	不動産	電気料金の高騰にも対応するために、太陽光発電設備を導入し、販管費削減とGX化につなげる事業を進めている。
中小企業	不動産	GXの取組については、太陽光パネルの設置、EV充電設備の設置、電気使用量軽減のための省エネ機器の設備投資など。
中小企業	機械製造業	2008年に50KW発電の太陽光を設備を行い、日本で初めて工作機械設備動力源として採用し、現在も約10%の電力費削減に貢献している。工作機械の更新もCO2削減機種にして、空調設備なども同様へ更新し、社有車もEV車へ更新して行っている。
小規模企業	不動産	太陽光発電の導入。エアコンの入替え、LED照明への切替え等、省エネ対策程度。ZEH住宅の販売を強化できればと考える。
中小企業	飲食店	光熱費の高騰対策ではあったが、光熱費を増やさぬようシステムを変更した。
中小企業	建設	再生可能エネルギーの積極導入提案を行っている。
中小企業	電気機械製造業	弊社として取り組める太陽光発電の導入、電気自動車の導入等、できる事は実施している。GXについても取組を始めている。
中小企業	機械製造業	省エネ対策や無駄をなくす生産。太陽光発電システムを導入した。
小規模企業	建設	自然再生可能エネルギー部門の強化。
小規模企業	不動産	所有賃貸マンションに太陽光パネルや温室効果ガスの抑制につながるものを採用している。
中小企業	化学品製造業	生産設備の電力使用量の削減、太陽光発電、車両の電動車への入替え。
小規模企業	建設	脱炭素エネルギーシフトを意識している。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	バイオガスプラント(発電)の実施。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	100%水力電気の導入。使用原材料の集約化と100%リサイクル化。
小規模企業	出版・印刷	水力発電を利用し、二酸化炭素の排出が抑えられた電力に変更。
中小企業	飲食料品小売業	オール電化に取り組む、ほぼ終わっている。
小規模企業	建設	あらゆる設備の電力消費量をはじめとする各種エネルギーの省エネ設備の設計・工事施工を心掛けている。
中小企業	電気機械製造業	省エネ設備への切り替えによる電気使用量の削減。
大企業	各種商品小売業	冷凍機設備及びフロンガスの更新。
中小企業	化学品製造業	重油ボイラーからガスボイラーに切り替えた。
小規模企業	その他サービス業	工場で使用するボイラー設備の使用燃料を灯油から都市ガスへ転換し、二酸化炭素の排出量を削減した。その他設備更新時には省エネ指定機器への買い替え補助金を活用。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	電力使用量の削減につながる設備投資、動力燃料を重油から天然ガス及びLPGへの転換、太陽光発電等の実施。
中小企業	機械・器具卸売業	CO2排出量を数値化、公表して削減対策に取り組んでいる。
中小企業	運輸・倉庫	毎月データを取り込んで実施、管理しております。
中小企業	専門サービス業	社用車を電気自動車としている、太陽光発電を部分的に導入している、2024年3月までに8~9割のペーパーレス化の実行推進など。
中小企業	機械・器具卸売業	卸売業としてできる範囲のことに取り組んでいる。社用車のHVシフト(実施済)、ペーパーレス化の推進など。
中小企業	運輸・倉庫	EV車の導入公共交通機関による通勤、営業。
大企業	リース・賃貸業	社有車のハイブリッド化、ゴミの分別強化で再資源化に貢献するなど、小さなことから取り組んでいる。
中小企業	自動車・同部品小売業	EV車両を販売している。
中小企業	運輸・倉庫	ハイブリッド車の積極的な導入、太陽光パネルの導入。
小規模企業	運輸・倉庫	船の燃料をCO2排出が少ないものに切替えた。また、会社の屋上に太陽光パネルを設置している。社有車全てをハイブリッドにしている。
中小企業	金融	営業車の燃料、二重サッシ取り付け、省エネ型機器への転換等。
中小企業	建設	車両、重機をCO2低排出への切替。
中小企業	建設	車両や重機など脱炭素の規定に沿うようなものを購入。
中小企業	建設	重機車両をクリーンエンジンなものを選んでいる。
中小企業	その他の卸売業	低燃費車両の採用、照明のLED化、電気の再生可能エネルギーの使用。
中小企業	機械・器具卸売業	社有車のEV化、昼休み時間の消灯。
小規模企業	建設	電気自動車の利用。
中小企業	専門サービス業	社用車はエコカーとしている。
中小企業	化学品卸売業	営業車両を減らし、公共交通機関を利用。
中小企業	人材派遣・紹介業	営業車をEV電気自動車に車両変更する取組を行っている。
大企業	専門サービス業	社用車の燃料費や支社・支店の光熱使用量を集計して、社用車の削減や節電などに活かしている。
中小企業	その他の卸売業	社用車をハイブリッド車へ入替えとLED照明の導入。
小規模企業	建設	営業車にハイブリッド車を導入している。太陽光発電設備を導入している。花卉類を植えている。
中小企業	不動産	電気自動車への対応。
小規模企業	不動産	車両更新時の電気利用の促進(電気自動車・ハイブリッド車の採用)、暖冷房温度の抑制。
中小企業	建設	ガソリン車から電気自動車への入れ替え。
中小企業	運輸・倉庫	安全運転はエコに通じる。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

中小企業	建設	排ガス規制車の導入、エコドライブの実践。
中小企業	運輸・倉庫	エコドライブ等のトラックの燃費対策。トラック積載率の向上への協力依頼。(荷主へ)荷待ち時間などの削減依頼。
小規模企業	建設	できるだけ環境に良いハイブリッド車等を社用車に採用している。太陽光発電による事務所の電源確保を実施している。
中小企業	金融	社有車両のハイブリッド化、将来はEV化。一部の施設の屋根に太陽光発電を設置。
中小企業	機械製造業	全社員に身近な事から脱炭素を日々実践していただくよう、週1回全員で唱和。家庭の屋根にソーラーの設置を推奨(長年使い処分する際どうするか相談が多い)、車の買い替え時にはEVを推奨など。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	分別により再利用を進めている。
小規模企業	広告関連業	都内の広告代理業です。業種的に直結する取組はありませんが、ゴミの分別等、できることから着実に進めていきます。
中小企業	機械・器具卸売業	分別ゴミなど、身近なところから資源の再生化を意識している。
小規模企業	医薬品・日用雑貨品小売業	再生資源に向けて、ごみの分別、レジ袋を植物由来プラスチックにして、それもなかなか使わないようにする。
中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	プラゴミの削減、ペットボトルの再利用推進。暖房使用時間の短縮。
小規模企業	建設	会社から排出されるゴミの分別を細かくしてリサイクル出来る資源として取り組んでいる。
小規模企業	建設	廃棄物の分別、極小化、再利用。車両関係の見直し。
小規模企業	専門商品小売業	ペットボトルや仕事上で排出された鉄缶等をスクラップ屋さんに持って行ってリサイクルしている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	リユースを推進して行きたい。
中小企業	運輸・倉庫	企業活動を通して、従業員のGX意識の涵養を図る。
小規模企業	建設	できる限りのペーパーレスに取り組んでいます。また、廃材の分離処分にも取り組んでいます。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	素材について選択重視。
中小企業	化学品製造業	再生原料を推進している。
大企業	飲食料品卸売業	脱プラ等商品資材の脱炭素化。
小規模企業	その他の卸売業	原油由来品を極力削減することに努力している。
小規模企業	専門サービス業	印刷を減らす。印刷する場合も両面印刷にして紙の使用量を減らす。チームウェアを導入し、社内の連絡も紙を使用しない。
中小企業	リース・賃貸業	自社の事業を行う中で再生可能なものを数多く増やすべく取り組む。
小規模企業	その他の卸売業	段ボールやコピー用紙使用後の分別回収、カタログ、雑誌、新聞などの業者による回収の徹底。ソーラー発電への切り替え。
中小企業	情報サービス業	全社員に対してクレジットカードを貸与し、経費精算事務作業の軽減化とペーパーレス化を図った。
大企業	各種商品小売業	簡易包装。
小規模企業	情報サービス業	書類のデジタル化、在宅勤務。
小規模企業	その他サービス業	営業車のEV化、社内ペーパーレス化、省電力化など月並みの取組で終わっている。
大企業	その他サービス業	雑誌・カタログ等を発送するためにプラスチックフィルムでラップしていたのをペーパー(紙)でラップする方式の技術を探り入れ、出版社・通販企業等に提供しプラスチック消費を削減している。
小規模企業	機械・器具卸売業	会社屋上や路上の緑を増やしている(この1年で倍)。
中小企業	出版・印刷	バナナペーパーの販売と普及。
小規模企業	専門サービス業	直接的に取り組んでいることではないが、当社の事業の上で、顧客に提案するなどの活動を行っている。
中小企業	情報サービス業	在宅勤務。
小規模企業	自動車・同部品小売業	老朽化や年数の経った機械類の入れ替え。正しい廃棄物の処理方法。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	効率的生産設備への入替え、温暖化に問題のある冷媒の冷凍機の更新。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	専ら省エネルギー設備への変更とリサイクル素材の検討。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	顧客側のニーズも化石燃料から植物由来燃料への転換などが少しずつ現れており、そのニーズに応えられるよう、仕入先、仕入れ商品の多様化など努力を強化している。
中小企業	機械製造業	新しく先端設備等の機械を導入している。
小規模企業	建設	建設機械は、省エネタイプの機種を選定して入れ替えている。
小規模企業	建設	環境に配慮された商品の提供。
大企業	金融	SDGs宣言を行い、光熱費等に対し一定の数値目標を掲げている。
中小企業	化学品製造業	SDGs活動の活性化、改善活動。
小規模企業	機械製造業	LEDに交換した。SDGs宣言の策定を進めている。
大企業	金融	エコアクション 21 認証取得し、定められた目標に沿った取組を 10 年以上継続している。脱炭素に関する取引先向け啓蒙活動なども行っており、自社および取引先で取組を広げている。
中小企業	建設	エコアクション 21 に基づく企業の基本的対応とフロン回収事業協会会員としてのフロン排出抑制運動、啓蒙活動を進めている。
中小企業	建設	エコアクション 21 や、資源消費の効率化に取り組んでいる。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	エコアクション 21 認証、HTT 取組推進宣言企業(電力のHTT(へらす・つくる・ためる)に向けた取組を行う企業を承認する東京都の制度)。
中小企業	電気機械製造業	以前からエコアクション 21 活動を行っていたためSDGsも取り入れている。GXはその延長と捉えているので、データ取りや対策にしても順を追いつながり進めていくことを重視している。今後、新工場建設を計画しているが、ZEBと同等に脱炭

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

		素の取組を取り入れている。
中小企業	建設	ISO認証の取得。
中小企業	出版・印刷	中小企業版SBT認証を取得し、省エネと脱炭素の取組を進めている。
中小企業	飲食品・飼料製造業	脱炭素関係の団体へ所属している。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	エコ事業所登録をして、取組中。
大企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	サステナブルビジョンを策定し、具体的な取組の検討を開始したところ。
中小企業	建設	戸建て住宅のZEH化の提案と推進。
中小企業	運輸・倉庫	新規設備投資案件にはカーボンニュートラルを意識した設備を盛り込む。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	冬期間の暖房として自社製の薪ボイラーによるパネルヒーターを使用している。廃材の木材を燃料としており少なからずGXの取組になると思っている。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	取扱い製品の船用エンジンの脱炭素に向けてガスエンジン事業への参画を行っている。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	作業で使用する塗料などの材料を環境への負荷の少ないものを使用する取組を実施しています。
小規模企業	建設	プレカット等で廃材処分をできるだけ少なくする努力をしている。
小規模企業	建設	省エネの住宅や設備を優先して販売する。
小規模企業	建設	電気自動車充電設備関連の需要は上がっています。
小規模企業	専門商品小売業	カーボンニュートラルに取り組んでいます。
大企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	来年度からの本格的な活動開始のため、現在当社としてのマテリアリティ特定作業を進めている。
中小企業	自動車・同部品小売業	コスト軽減のためにも必要であると思われる。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	環境に関する事なので関心がある。
小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	弊社は、GXを目指す企業への応援を心がけていきたい。特に、GX製品開発の各種試験装置の提供及び計測分野。
小規模企業	金融	地殻変動などからくる災害が多くなっているため、カーボンニュートラルな社会を実現するように考えています。
小規模企業	機械製造業	企業に求められる社会的責任と捉え、かかるコストを勘案しながらできることから着実に取り組む。
小規模企業	飲食品小売業	農薬や肥料を使用しない農業生産物、表層雪崩や二酸化炭素を吸収してくれる落葉樹の栽培拡大を進めている。
中小企業	建設	現場での機械関係を新しい工法・機械で作業時間を効率化し、CO2の削減に努めている。
中小企業	建設	脱炭素に向けた開発に注力し、自社技術で何かを生み出したいと考えている。
中小企業	建設	環境経営に取り組んでいる。イベント終了で出る廃棄物を、3Rの視点で、循環型の経営モデルを目指している。
小規模企業	不動産	これらに取り組むことで、保有ビルの付加価値を上げる。
小規模企業	不動産	ビル管理業でできる範囲で環境に効果があることを進めるようには考えている。
大企業	専門サービス業	自社のCO2排出量の見える化(ツール導入)、化石燃料削減に向けEV・PHVへの段階的な転換、買電の再エネ化の準備(検討段階)、省エネ(LED、省エネ空調、オフィスカジュアル等)、3R(ペーパーレス推進等)。
小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	GX関連ビジネス(リサイクル性の高い材料への展開や顧客提案)を強化。
大企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	2030年でのカーボンニュートラル(Scope1+2)の温室効果ガス(GHG)の国際的な算定・報告基準であるGHGプロトコルで定義された、自社が直接的又は間接的に排出するGHGの量を示す指標の達成。
中小企業	化学品卸売業	取引先大企業から脱炭素経営取組状況についての調査が増加しているため、Scope1.2への対応に着手した。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	木材製品を社会で長く多く使い続けることが二酸化炭素の固定化につながることを、一般消費者に伝えるような商品開発と販売。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	弊社の製品は短納期かつ長寿命というのが最大の売りであり、長期的なGXや脱炭素経営に貢献するものと自負している。
中小企業	化学品製造業	環境対応を意識した製品開発を行っている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	できる限りCO2排出を抑える製品へのシフトに掛けて、マーケティングを進めている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	高効率燃焼炉への転換を図り、より一層のCO2排出量を削減していきたい。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	弊社の工業団地が、もともと30%の緑地確保が条件で、さらに第2工場建設時には、自家消費太陽光を設置し、エネルギー消費を抑えている。
中小企業	機械製造業	5年前の新工場を建てた際エアコン等をはじめとして省電力の設備を導入済。その後、電力デマンド監視システムを導入し、目的値を定め電力削減を行っている。乗用車等も効果が認められる車種についてはハイブリッド車を導入中。現在、太陽光パネルを発注済で年内に施工完了予定。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	新たな設備投資・設備更新の資金面、役員・社員の意識改革等に課題。
小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	とりあえず自社の現状の定量的把握を努力中です。
中小企業	機械・器具卸売業	研修を受け、二酸化炭素排出量の数値化に向け準備中。
小規模企業	その他製造業	当社に出来る脱炭素活動が何かがあるかを常に考え、調べている。私たちが出来るものが見つかり、即、取り入れていきたい。
中小企業	飲食品卸売業	直販を増やすことがGXにつながる。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

中小企業	その他の卸売業	業界でいち早くエコマーク認定製品を開発し、カーボンフットプリント値によるカーボンオフセットを行うなど、販売する製品によりカーボンニュートラルに貢献できるよう努力している。
中小企業	その他の卸売業	当社事業の中で、調達・物流に関わる問題が2024年問題だけでなく、輸送に係るCO2排出量の減少も必要になる。物流調達の効率化を新しいサービスとして提供できる体制を整えている。
中小企業	機械・器具卸売業	環境対応商品の取扱いと販売。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	廃車のエアバッグやシートベルトをアップサイクルした製品の開発に取り組んでいる。アップサイクルに係るコストの削減が課題。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	繊維製品を回収し科学的な処理を行い、再生原料に加工し、再度製品化し販売を行う方式で製品化が可能になった。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	廃材を利用して新製品を生み出そうとしている。現在は作り込み中である。新年度までに完成させたい。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	弊社の活動そのものがGXであり、脱炭素経営につながると考えている。弊社商品、サービスを採用する企業が増えれば増えるほど、地球温暖化対策に直結する。そういう意識で日々取り組んでいる。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品卸売業	従来は、焼却処分あるいは燃料として使用していた廃材(木材)と、別の廃棄物(プラスチック)を微粉化して混合し、3Dプリンターの原材料用に新たな素材として生産している。大きくCO2対策に貢献すると期待している。
大企業	化学品卸売業	農業がGXや脱炭素経営に関する課題解決の1つの手段になればと考えております。
中小企業	化学品卸売業	サステナビリティをビジネスチャンスに。
中小企業	化学品卸売業	取引関係先に対するGXや脱炭素経営に向けた協力依頼と啓蒙活動。
中小企業	その他の卸売業	サステナビリティリンクローン(借手が野心的なサステナビリティパフォーマンス・ターゲット(SPTs)を達成することを奨励するローン)など積極的に関わっている。
中小企業	その他の卸売業	温室効果ガスの排出量削減に関連する機器などの部品に、当社扱品が採用されれば経済的効果はある。
中小企業	再生資源卸売業	少人数でできる事業。
中小企業	飲食店	飲食店なのでロス商品の意識を全員で持って取り組んでいる。調理時に出る廃棄物を使ってということにはリスクも大きいのであまり考えていない。
小規模企業	建設	全般的に気候変動対策と言っても、幅広く資源の再利用も含め無駄を減らす事だと考えます。今更言うまでも無く日本国は資源不足の国で海外に依存しているので、自社で行っている大きい事は、家の解体時に発生する木材を利用して冬の暖房エネルギーとして使用していることです。1シーズンで灯油電気で代約100万円をカバーしています。化石燃料の使用削減です。
小規模企業	建設	2021年にSDGsの7・9・11・12・13登録企業になりました。時間が少ししかかりませんが、技術と文化を次世代に継承できます。さらに、日本の木を使う事で森林の活性化にも役立ちます。少しのAIテックを利用して、省エネで丈夫な住まいづくりSDGsが目指す持続可能な世界を、できることから進めています。小さな工務店が建築することが自信をもって脱炭素経営と思っています。
中小企業	電気機械製造業	ISO14000認証を2000年に取得し、先鞭をつけた。認証維持費用の高騰で経営に負担がわかり、認証の維持は放棄したが、精神の維持と構築したシステムの維持は続けている。
中小企業	機械製造業	ISO9001(品質マネジメントシステムの国際規格)の課題としても取り上げ、未来社会の事として、コストUP覚悟をして取り組んでいる。企業PRのためだけでは進まない。
大企業	金融	TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures、気候関連財務情報開示タスクフォース)賛同表明やサステナブルファイナンス取組目標など、カーボンニュートラルに向け多面的に取り組んでいるものの、真面目に取り組んでいる組織に、かえって負担が集中する傾向も感じられる。社会全体での取組気運の盛り上がりも期待している。
中小企業	専門サービス業	企業経営において、エコアクション21により、省エネや資源循環等の取組を行っている。事業活動により発生するCO2や廃棄物が少なく、取組に対する絶対的な効果は小さいと考えられる。効果を高めるための有効な方法が少なく、課題となっている。
中小企業	建設	脱炭素経営に対しては、現在自社車輦は30台近くあるのですが、5,000キロに一度オイル交換とか車輦管理には今まで以上にきめ細かにフォローしております。また、お客様があつての会社なので、クレーム対応・修理依頼等なるべくその日の対応を心がけて実施しており、おしいは24時間対応まで実施していきたい考えです。
中小企業	その他の卸売業	営業車をハイブリッド車輦に順次入れ替えているのが現状。工場電力の一部の自然再生可能エネルギーへの置き換えは検討中。
小規模企業	機械製造業	社用車にハイブリッド車、PHEV、燃料電池車を導入している。その他は社員の意識改革(節電対策など)しかできていないが、喫緊の課題として捉えている。
中小企業	機械・器具卸売業	営業車をガソリン車からハイブリッド車に変更した。企業は努力し始めているが、国としての対応が一番遅れているのではないかと。
大企業	専門サービス業	営業車にハイブリッド車を積極的に導入し、OA機器も最新の省エネ設計のものに切り替えている。しかし、製造業ではないので、温室効果ガスの排出量削減について顕著な効果が見えない。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	社用車のEV化、空調の効率化や太陽光発電などの導入により、コストダウンにもつながるものと考えて検討をしようとしている。費用対効果、設備投資回収の時間がかかることが問題。
中小企業	金融	直接的にCO2を排出する企業体ではないため、物流面での配送回数の削減などへ取り組むことで間接的に排出量を削減し、社会課題への貢献をしていく意向。しかしながら、顧客のニーズに応えることへのバランスが重要でもあり、効率化を阻害することも視野に入れる必要はあると感じる。
小規模企業	農・林・水産	事務所がオール電化。ただし、本当に電気の利用増がコスト・環境に良いか、公的な機関に科学的に検証していただきたいと思っている。原発の利用増も選択肢だと感じている。
中小企業	機械・器具卸売業	脱炭素活動を実施しているが、大幅な効果を出すためにはやはり資金問題がある。
小規模企業	電気機械製造業	資金を回せないで、新たなシステム作りや設備投入はできない。工程ごとと手間二手間かける。知恵を絞ってアイデアを出して、些細で地味な事をコツコツとやっている。例えば廃棄する廃材に手を加えて、需要のある先をネットで架して無償配布している…など。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

中小企業	機械・器具卸売業	弊社は、製造設備を持たないファブレス企業であるため、GXについても事務所の照明・空調とペーパーレス化によるコピー機などの使用電力の削減と紙類や社用車のガソリン削減等、ささやかな対策にとどまっている。
中小企業	機械・器具卸売業	省エネルギーに向けての商材開発を促進しているが、補助金が企業団体に偏っている気がする。
中小企業	機械・器具卸売業	GXや脱炭素経営に向けて努力することが、会社の成長につながるよう努力したい。例えば、電気消費量が半減する設備の開発、廃棄処分される機械を新機能機に再生する事業、新分野材料への加工装置の開発等進めている。資金面での支援を、開発会社及び採用企業への資金援助方式がほしい。
中小企業	その他の卸売業	プラスチック製品製造業として循環型社会の構築に貢献したいが、地域自治体や清掃組合などの理解や協力が得やすいとはいえず、できる限りのこと(自社内で発生するロス材料を品目別に管理して川上に戻すしかできていない)。
中小企業	その他の卸売業	GXや脱炭素経営に対する意識を抱きつつも、中小零細企業では投資ができない状態です。大企業は内部資金もあるため、大きな投資で大きな成果を得ることができると考えられ、国や政府の期待値(助成や補助)も大きいと思います。継続性を考えると中小零細企業へのバラキは不要ですが、国全体として考えたときは、地域(特に地方)に応じた戦略が必要だと思います。
中小企業	飲食品卸売業	原料の生産過程で排出されるGHGを減少させた商品開発を検討しているが、その価値観を顧客や消費者の消費活動につなげることがとても難度高いと感じる。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	川上の方は先行しているが、川下、流通、消費者は、そこまで浸透しておらず、要望されていない感じ。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	卸売業のため、メーカーの施策を応援する形が多く、自社単独では実施するためのリソース不足。
中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	初期投資、既存設備が古く、今、小手先の設備投資をしても無駄になる。
中小企業	その他の卸売業	最低限は指針の目指すところの活動はしている。過度の取組姿勢は予定はない。方向性と指針を行政・グローバル基準として声を挙げ始めた段階というくらいは認識です。
中小企業	飲食品小売業	そもそも脱炭素が地球の温暖化防止になるかという、怪しいところではありますが、無駄なものを作らない・無駄に捨てない、経営を拡大することと矛盾するかもしれませんが、その辺りを意識してやっていきたいと思っています。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	修理など、長く使えるように提案している。課題として、持ちがよすぎるので売上に繋がらない。
中小企業	自動車・同部品小売業	自動車メーカー(仕入れ先)次第です。
中小企業	人材派遣・紹介業	弊社としてできることはするつもりであるが、業務の内容上ほとんど影響はないので、会社としては今一つピンと来ていない。個人的には理解して動いているつもりではある。
中小企業	専門サービス業	弊社のような零細企業は無理ですが、富士川での50・60Hzの違いを克服すべく周波数変換が発達したように、世界でのビジネスチャンスを生み出せるかもしれません。
大企業	専門サービス業	非常に重要な問題であると認識していますので、社会全体で行動していけるよう、政府や行政機関のリーダーシップを期待します。
中小企業	運輸・倉庫	運送業にとっては燃料消費にかかる炭素排出量が一番の問題であるが、企業の努力では限界があり、現実的には脱炭素に対する貢献は極めて低いと思われる。
中小企業	情報サービス業	自治体との連携を模索し、進められているが、なかなかギャップが埋まらない。国の施策を地方自治体が咀嚼し切れておらず、また、我々も、ビジネスとしての側面が強くなって、うまく着地点が見つかっていない。
中小企業	化学品製造業	大企業と同じような対応や体制をとる事は難しい。簡単に順守できるものからステップアップするガイドラインがあると望ましい。
小規模企業	飲食店	設備を古いものをなるべく新しくし、熱効率の良いもの買い替えて、太陽光設備にも投資した。補助金もない時にしたので、そのような企業にもやっているという功労金がほしい。
小規模企業	建設	当社の業務を考えると、脱炭素につきましては、大いに取り組む必要があり、常に社員とともに念頭に置いておりますが、社会全体が気候の変化・生活の変化が起きている割に、他人の様に思っている人が多いのではないのでしょうか。法規制、罰則を設けないと実行できないのでしょうか、社会全体でどうするのか呼びかける必要があるかと思っています。
中小企業	その他の卸売業	脱炭素社会が特定の国や企業の思惑で進むことに違和感を感じている。企業としても個人としても、これ見よがしにぶちまけることなく、控えめにかつ全体の流れとして静かに進めていくべき。ガソリン車・EV車の流れを見てもそのように感じます。今のやり方はカッコ悪いし、粋じゃない。
大企業	医療・福祉・保健衛生業	エアコンのフロンガスを、環境対応型のガスに変えることで、消費電力を削減させるなど取り組んでいるが、費用が高いため、緩やかに対応している。
中小企業	その他サービス業	事業が技術サービスの提供が中心(客先常駐が多い)であり、本社オフィスの電気・水道等も貸しオフィス会社からの提供を受けており、GXや脱炭素経営に対して弊社が直接取り組むことが難しいです。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	色々な面で今後対応をする予定です。課題としては敷地面積や工場設備など、昔からその取組をする予定で作られた工場ではないので、しっかり考える必要があるため簡単な取組ではありません。
中小企業	その他サービス業	今後、開発案件において脱炭素系やGX等をどのような形で対応するのか経営課題として認識している。
中小企業	建材・家具、窯業・土石製品製造業	3Rの推進に尽きるが、製品を使用する顧客からの理解が得られない。規制等で強制的に進めないと単なる絵空事に終わる。
中小企業	化学品卸売業	環境対策商品の推奨により、できるだけそのような商品をPR、勧めています。コストの関係で採用される例は少ないです。
中小企業	自動車・同部品小売業	具体的に実行していることはないが、数年のうちに現在の課題を解決して脱炭素に貢献できる経営に変化させていきたい。
小規模企業	運輸・倉庫	社会全体も自社も、まだ具体的な枠組が決定していない感触が強く、これからの課題であると判断している。
小規模企業	機械製造業	期待される効果を生むものとして捉えているが、まだ、自社での取組は出来ていないし、どこから取り組むべきか判断しかねている。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

中小企業	化学品製造業	GX、脱炭素経営は現状ではコストアップになってしまうが、価格転嫁を社会がどこまで許容するのが不安である。
中小企業	機械製造業	DX投資に比べて、まだ投資効果を数値化(金額化)できない。
中小企業	建設	DX化やSDGs等、社会の企業に対する要請は理解できているが、具体的な計画・実践という点では今後の課題。
中小企業	化学品卸売業	現状、取り組んでいるものは特段ありません。ですが、社会貢献も企業の存在意義として捉えているため、可能な範囲内で取り組めるものがあれば、導入・検討はしていきたいと考えます。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	いまいかどうかは別にして、そういう方向に進んでおり、それに合わせて行くことが必要と思っている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	企業の使命であると認識しているが、具体的な取組をしていない。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	掲げているが、具体的な行動が遅れている。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	具体的展開はこれから。
中小企業	飲食品卸売業	これからです。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	生産効率の向上が急務と考えている。新しい機械を導入して脱炭素経営を目指したが、ものづくり補助金等でダメ(ノンビ)企業が生き残ってしまい、製品価格が値上げできない。結果として設備投資の余力が乏しい。つまり補助金等はやめて企業を淘汰してしまい、人間の細胞と同じで企業も新陳代謝が必要だ。
小規模企業	建設	脱炭素化は地球全体として考える必要ですが、我が国日本だけ厳しくするのはおかしい。まだまだ規制が緩い国が多くある。
中小企業	電気機械製造業	世界による二酸化炭素排出抑制が進んでいるが、既に手遅れになっているため、今後の気候変動をどれだけ抑制できるかが、問題となってくる。
中小企業	機械・器具卸売業	自分たちが平穏なときは、GXで脱炭素とときいきを言うが、いざ自分たちの国や生活、そして宗教等を侵害されたらコロっと手のひら返し。結局、自分たちが最優先の考えでは地球は必ず滅ぶ。自分の生活を犠牲にしても地球を守る考えがない人は、ただの偽善者どしか思えない。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	形ばかり行っている企業が多すぎる。SDGsも含め矛盾が無いことをきっちりと精査しなければ砂上の楼閣となり、自己満足で環境負荷を高めている行動が多い。
小規模企業	建設	GXを推進するには、新しい機械や設備が必要となる。投資する余力がないので進めていけない。
小規模企業	建設	ポジティブに捉えているが、正直何をすべきかわからない。空調温度の管理や照明のLED化、社員のエコドライブ教育、工事機械をより環境に良いものに入れ替えることは実施した。しかしそれだけでは足りないような気がする。
中小企業	その他の卸売業	実際に何をすればいいのか指針を示してくれないと中小企業では難しい。
小規模企業	化学品製造業	省力化につながるのには肯定するが、コストがかかるのと対応しにくい。
中小企業	飲食品・飼料製造業	コストと利益への具体化。
小規模企業	化学品製造業	受注企業次第ではあるが、生分解素材の製品取扱いをアピールしている。材料価格が高くコストアップとなるため敬遠されがち。
中小企業	飲食品・飼料製造業	着手するにどれだけのコストが掛かるのか、また、何から手を付けられるのか、現状、皆目見当がつかない。
中小企業	機械製造業	実際には、他の優先順位が高いものが多く、実践できていない。
中小企業	建設	現段階においては取組ができていない。
中小企業	機械・器具卸売業	理念が先行するくらいが否めない。企業個々の本心からの活動とは感じられない。
小規模企業	広告関連業	GXの重要度は認識しているが、製造業ではないため、具体的な取組はない。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

③ 「どちらかというとも効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」と回答した企業

- ・取組：比較的簡易な取組が多く見られた。
- ・課題：コストや費用対効果に関するものが多く、脱炭素に懐疑的な立場の意見も目立った。

規模	業種	内容
小規模企業	出版・印刷	基本的な節電だけである。
小規模企業	不動産	節電やアウトソーシング化。
小規模企業	飲食店	できるだけ省エネに取り組むように徹底している。
小規模企業	化学品製造業	SDGsの取組を実施する中でエネルギー消費量の削減は行っている。
中小企業	その他の卸売業	社内・工場の照明をLEDに変えた。
小規模企業	化学品製造業	無駄な電気を使用しない、休憩時間は照明を消す等、電気代の節約。
中小企業	その他サービス業	なるべく省エネの機材を使用、太陽光パネルの設置を実施。
中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	流通業者として、労働の短縮及び省エネ対策。
中小企業	運輸・倉庫	GX、SDGs、省エネ等、言葉は変わるが中身は一緒な気がします。従って、今まで通り、電気代削減(空調機器の温度設定)やエコドライブ等に取り組んでいます。
小規模企業	機械・器具卸売業	ハイブリッド車採用、LED照明、テレワーク。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	社内のLED化は進んでいる。エアコン等も最新のものに替えて対応している。
中小企業	機械・器具卸売業	ソーラーによる自家発電・自家消費。リサイクルできるものを商品化して循環型社会に貢献している。
中小企業	専門商品小売業	今後のEV化に関する設備投資で太陽光発電+EVチャージシステムの導入を予定。
大企業	機械製造業	太陽光発電と社屋・工場の照明のLED化。
小規模企業	建設	自社事務所に太陽光発電システム設置を検討中。
中小企業	機械製造業	社有車のハイブリッド車への乗り換えを進め中。
中小企業	広告関連業	廃棄ごみの削減資材の再利用。
大企業	医療・福祉・保健衛生業	経費削減効果もあるため、燃料費や光熱費の節約に取り組んでいる。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	レジ袋の有料化。
中小企業	情報サービス業	ペーパーレス化、太陽光パネルの活用、LED照明の採用。
中小企業	建設	可能な限り紙の印刷をやめ、PDF保管している。
中小企業	専門サービス業	自動車移動による乗り合わせやペーパーレス化など、簡単にできることを行っています。
小規模企業	飲食品小売業	マイボトルの持参、コピー用紙の裏紙使用、車の省エネ運転。
中小企業	電気機械製造業	製品の企画段階から意識した設計を実施している。
中小企業	飲食品卸売業	受注のDX化、車輛運転時の急操作抑制、水道光熱費抑制を主体に取り組んでいます。
中小企業	飲食品卸売業	プライム企業の子会社としてGHGの排出量を計算、把握し、削減への取組は親会社と連動している。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	技術系を中心に脱炭素部会を構成し、月1回の頻度で目標達成状況、施策の進捗状況をチェックしている。経営にはサステナビリティ委員会で報告を行っている。
中小企業	旅館・ホテル	経費削減を兼ねて、やれるところから実行中。
中小企業	自動車・同部品小売業	設備・フロンガス回収機・廃プラ再生・廃金属再生。
中小企業	建設	排出ガス対策の重機械の導入。
中小企業	建設	重機等の動力をできる限り電気に変えている。現場から出る廃棄物を分別・解体して、リサイクルや有価に回す。
小規模企業	飲食店	自社でできる取組は、省エネにつながるこまめな電気・水道・ガス等のオンオフ。これを数値として全従業員に見える化している。今後、水道光熱費は、インフラ維持管理費の上昇も相まって、ますます上昇していく。
中小企業	建設	電力消費量の低減と車両走行距離の削減に取り組んでいる。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	財務改善とも関係しますが、仕入れにおいて、無駄な発注を極力減らし、活用されない在庫を持たないよう気をつけている。
小規模企業	機械製造業	事業再構築補助金を活用し新事業を開始した。
中小企業	機械製造業	核融合、メタンハイドレートなど新技術に期待する。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	エコアクション21。
中小企業	情報サービス業	エコファースト認定企業(自らの環境保全に関する取組を約束して環境大臣の認定を受けた企業)になっているので、エアコンの温度調整や省電力などの対応は行っている。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	SBT認証を取得して、クリーンエネルギーの使用を始めた。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	KES(Kyoto Environmental Management System Standard、京都から発信された環境マネジメントシステムの規格)活動

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

		を通して、産業廃棄物の削減と残業時間の削減に取り組んでいる。
中小企業	その他の卸売業	今後取り組みたいと考えている。
小規模企業	家電・情報機器小売業	省エネ機器の導入や、節電意識の啓蒙位しかしていません。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	生産設備を持たないため、燃費の良い自動車を選ぶなどしかしていない。
小規模企業	建設	法的に基準を守っている程度。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	営業車のEV化を促進するために充電スタンドなどのインフラ整備を今以上に進めるべき。
中小企業	運輸・倉庫	現在のところ、低燃費走行の実施を重点としているが、実際の車両運用に至るにはまだまだ先のことと思っている。
中小企業	その他サービス業	取組としては、入庫待機車両にアイドリングストップの呼びかけを実施しております。夏場の待機時間には従業員用休憩室の利用を許可しています。課題については、顧客の中にエンジンパーツを製造する企業があり、この先の動向が心配される状況です。
大企業	その他サービス業	長期にわたり、コインパーキングへの電気自動車向け充電設備の設置を行ってきたが、これまでがビジネス(事業単独での採算性)としては厳しく、一部のEVユーザーに対する駐車場の付加価値という位置づけであった。従って、現時点ではどちらかといえばネガティブな印象であるが、今後、GXの機運が高まり、充電設備や工事の受注増加につながることは期待したい。
中小企業	出版・印刷	会社全体の段階的な省エネ設備化と、排プラ等の排出物の削減活動に取り組んでいる。業界のかなり以前から各種取組を続けているため、今更、特に取組を始めたり、その割合を拡大したりするのは難しい。
中小企業	運輸・倉庫	行政が募集するSDGs登録制度へ申請してHPへ掲載している。環境面において、自律的に取り組めることは実践するも、企業の規模を考慮すると効果が限定的で社員のモチベーションをどうにつなげて展開するかは課題である。
小規模企業	建設	重機の対策型の導入、ハイブリッド車の導入等。しかし最近DXやGXやら、何かとやることが増えました。正直に言えば、中小企業にはほとんど関係なく、大手元請に指示されて行くことのほうが多い気がします。
中小企業	建設	太陽光発電所の建設や省エネ商品の販売及び自社での使用をしている。課題としては、お客様に提案する際に、GX出来ず！だけではインパクトが弱い。例えば税制の優遇とセットで中大企業に年1%の二酸化炭素排出の抑制を義務付けるなど無ければ、どこも行わないと思う。建設業であれば経営事項審査の点数を加算するなど。
小規模企業	建設	現在行われ始めているGXに対する取組は大変歓迎されるべきことと捉え、当社も当該設備建設に対して直接積極的に参画をしている立場です。ただし、それによって得られる効果は従来のように経済的效果や消費だけを利益(成果物)として追いかけるものとは相反するものになるという事を自覚すべきと思う。そのような考えの下に立って取り組まなければ実現不可能であろうと思っている。
中小企業	飲食品・飼料製造業	コスト増につながらない範囲で出来るだけグリーンに寄与することを取り上げている。
中小企業	建材・家具、窯業・土石製品製造業	マーケティング調査は必須であり、現在見極めている。設備投資が会社経営の足枷となる場合もあるため。
中小企業	飲食品・飼料製造業	生産設備におけるエネルギー使用の変換が求められており、投資が必要となる。
中小企業	飲食品・飼料製造業	脱炭素化に向けた取組を行っているが、コスト高は免れない状況である。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	太陽光発電設備の導入により、一部ながら対応はしているが、費用の割に発電量が少なく、費用対効果から考えると合わない投資だと感じている。しかしながら、発注企業からの要請もあり、対応せざるを得ない状況。
小規模企業	飲食品・飼料製造業	GXや脱炭素経営を行って行きたいが、コロナ禍・物価高騰・賃金の引上げと次から次へと課題が出てくる中で、まずは会社の経営改善を重要視している。GXや脱炭素は絶対必要な事だが時期が大事だと考える。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	今のGXは上滑りしているように思う。トレンドだから仕方ないというもの、基本的な現状認識が出来ていないと思う。欧米文化主導のGXだが、日本古来の文化にもGX側面は多々あったはずで、全てを否定して欧米風GXを受け入れる風潮には単純に組みできない。ただ、ビジネスである以上、商機を優先せざるを得ないと思う。
中小企業	化学品製造業	会社の存続にかかわる大きな問題。内燃機関部品製造業は戦々恐々としている。敗軍決定の雰囲気。土気も下がりがモラルも低下し始めているのは否めない。まずは、近々の売上確保のため顧客の旧式製品移管を急ぐ。「会社は大丈夫」「雇用は守られる」「賃上げが実行される」という雰囲気がないと、人の流出が止まらない。
中小企業	化学品製造業	海外で製造し日本に輸入販売している製品は、円安による円換算仕入れ価格の値上がりの影響を受けるので、日本までの輸送時のCO2排出も加味すると、付加価値の低い製品については、いつまでもグローバルなサプライチェーンに載せず、国内製造に切り替える。
小規模企業	化学品製造業	通常の経営取組として、省エネ化には取り組んでいる。ただ、本格的な脱炭素経営等に取り組むためには原資や対費用効果が無さすぎる。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	現状では特別な活動はしていないが今後必要とされると考えています。ただし牽引者はEUであり、GDP1位と2位の米国中国が追随するとは考えられず、途中で軌道修正が入ると思われる。EUは高い目標を掲げるのが得意だが、裏を返せば域内への輸入障壁を作っているにすぎず、都合が悪くなると簡単にレギュレーションの変更を行うため、今ひとつ信頼性に欠ける。日本国内でも弊社がグリーン電力の見積を電力会社に要請したとき、全量供給して欲しいとせせせせと言われました。現在2社購買をしており、価格変動を抑える努力をしている状況です。
中小企業	機械製造業	多品種少量生産の製造業のために生産品目が数千点あり、全ての製造品目に関する温室効果ガス排出量を調査するのが非常に困難。売上は増えないのにGX関連の事務作業時間が大幅に増加している。
中小企業	電気機械製造業	取引先からの要求により二酸化炭素排出に関する調査に協力していますが、ノウハウが不十分で、またコストがかかる割に見返りが少ないと感じています。もちろん人類の将来のために必要なこととは思いますが、中小企業としてはお金に直結せず、社内の理解を得るのが難しく感じています。
中小企業	飲食品卸売業	取引先のメーカーが数社、先駆けて着手しているが、当社が追随するかは現段階では不明。仮に手掛けたとしても、5年

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

		以上先ではないか？
中小企業	飲食料品卸売業	全てにおいて日本の政治が課題。これだけ、浪費を国が続けていたら国民は疲弊してしまう。
中小企業	運輸・倉庫	弊社の船舶は重油ですので、対応できかねます。
中小企業	飲食料品卸売業	取り組まなければいけない問題であるのは事実だが、それ以前に取り組むことが山ほどあるのが現状である。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	車は、営業活動・社員の通勤に必須なので、今後仮に電気自動車を導入したとしても逆にコスト増になると考えられます。儲けが無ければ難しいと思います。
小規模企業	飲食料品卸売業	各社とも本当に内容を理解して議論しているのか、それとも単なる世の中の風潮だから自分も、程度なのか疑問。実効がある対策としてはなかなかハードルが高いです。
小規模企業	飲食料品卸売業	弊社もDX等遅れているが、公的機関も一向に進んでいないと見受けられる。少なくともネット申請の簡略化と各種免許保持者以外でもAIを駆使して可能になれば、次の改革の段階には程遠いと考えられる。
中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	更新投資、経費削減の機会を捉えて取り組んできており、GX等そのものをテーマとはしていません。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	大手企業は予算をかけられるが、末端の下請け製造業者は意識を含め責任感はあるが、抜本的な対応については後回しにせざるを得ない。
中小企業	機械・器具卸売業	自社の事業では環境負荷が小さく自社での取組は限定的になります。
中小企業	機械・器具卸売業	資金力のない中小企業で、業務に関係するところは意識するが、そうでない部分に関してはコスト優先になるため、比較的プラスには考えにくい。
中小企業	機械・器具卸売業	カーボンニュートラルへの過剰な反応を感じています。代替エネルギーの非効率性なども含め、もう一度原点に戻り、日本が推し進めていくそもその環境対策こそ世界をリードする事と信じております。
中小企業	その他の卸売業	弊社は販売するプラスチック製品のリサイクルを目指しているが、輸送コストなどが嵩み事業として成立しておらず、専らサービスで引取りリサイクル業者へ送っている。その意味ではリサイクルへのコスト意識が一般化することが必要と考える。ただそれ以前に脱炭素が本当に必要か疑問を持っている。
小規模企業	自動車・同部品小売業	経営コストを増額して対応したところで、企業体力を失うばかりで、メリットを受けるところは無い。
小規模企業	建設	客観的には、小手先での工法を用いているが、効果のほどは小さいのではないかと。
中小企業	各種商品小売業	欧州諸国を中心とするマネーゲームの側面が強く、中小企業のレベルでは収益向上や生産性向上につながるには言い難いため、取組を主体的に行ってほしいというのが実情です。
小規模企業	建設	顧客が重視しているのを見たことがない。
中小企業	運輸・倉庫	大型車はメーカーの開発に依存しているわけで、運送会社としては何ともし難いところである。
中小企業	運輸・倉庫	脱炭素というものを指すと、恐らく石炭が歴史に登場してから現代までと同じくらいの時間が必要になると思っています。人間の生活に大きく影響を与え、今後とも必要であると考えられるものをなくしていくことは非常に難しいことです。だから削減ということになるので、削減とはしても日本だけの課題ではありません。地球規模での取組、考え方の共通化を行わないと、日本で削減した分、どこかの国で消費されるだけになります。それでもやらないよりはましなのかもしれませんが、中国のような国を見ると、なぜ日本という小さい国でここまで声を大きく取り組もうとしているのか理解できません。
中小企業	情報サービス業	課題としては、IT業界での取組として、効果が上げられる内容が見当たらないこと。
中小企業	運輸・倉庫	GXや脱炭素経営として目指し方向性は理解しているが、運送(トラック)業界としてはトラック代替等に課題がある。差額補助など永続的支援が必要である。
中小企業	運輸・倉庫	苦しい企業経営の中では、インセティブがないと後回しになってしまう。電気代削減のためだけに太陽光パネルの設置は採用できない。時代に乗り遅れるな、という焦燥感でコスト高ながらも社会的意義を重視して取り組むべきかどうか、顧客(資金)協力を求めるとあまり前向きな回答は期待できないので、情報収集して準備している段階。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	化石燃料の使用を減らすと言って電気エネルギーに変換してもその電気を作るために石炭や天然ガスを利用している状況では本当にGXが進んでいるか疑問である。温暖化や自然災害が増えている現在、本当に消費動向を変えない地球の老化は治まらなと思われれます。
小規模企業	運輸・倉庫	脱炭素の設備投資をしなければならぬが、コスト増に見合う販売価格の引き上げが望めないため、投資を先延ばしにせざるを得ない状態。
中小企業	飲食店	必要性は理解できているが、対応品は必然と仕入れコスト高となり、企業の存続が厳しくなる。
中小企業	情報サービス業	脱炭素とか、それほど影響のない事業なので耐長る意味は感じない。
中小企業	専門サービス業	建設業と言っても労務職の場合、GXと言っても取り得る対策は非常に少ない。
中小企業	医療・福祉・保健衛生業	マイナンバーカードはよい例として、ネガティブに捉えがちで個人のメリットが希薄なれど、1億強の国民が1円相当の手間をすることにより社会全体として1億円相当の経済効果(むしろそれ以上の効果)ありと考えるが、行政を含む1企業に留まるデジタル化は、その効果は希薄であり、横断的にデジタル化社会実現に邁進すべき。また、脱炭素経営に反対はしないが、弱者への負担が大きく、国際情勢や国民生活、産業構造の変革には相応の経済効果と時間を要すると思う。現段階では否定的であり、そのコストを取る事ができない。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	エネルギー保存の法則から、人類が物質文明を捨てない限り、脱炭素は成しえない。できるとしたら、省エネ・省炭素くらい。幻想を振りまく、えせSDGsはやめるべき。
小規模企業	建設	世界的に地ご足のついていない開発行動が懸念される。
中小企業	その他サービス業	提供商品制作においては、体制を整えているが、社員に対しては共有化は進んでいない。
中小企業	機械・器具卸売業	地球温暖化には疑義を感じる。昨今の高温は本当にCO2排出の問題なのであるか？
中小企業	自動車・同部品小売業	電気自動車は本当に脱炭素に効果的なのか？マスコミ含めてもっと真剣に話ししてほしい。
中小企業	機械・器具卸売業	効果とコストのバランスはとれないが、世界的に全人類が取り組む必要があるものと認識して取り組むべき。
中小企業	機械・器具卸売業	昔からコスト削減を理由に各方面で取り組んできているので、最近になって殊更に新しく始めた事は少ない。
中小企業	建設	何をしてもコストがかかることです。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

中小企業	飲食品・飼料製造業	できるだけ進めていきたいが、コストがかかるものはなかなか難しい。
中小企業	旅館・ホテル	財務的メリットが見い出せない。
小規模企業	建設	脱炭素と言っていますが、結果はコスト高になると思います。
小規模企業	建設	GXの理念は分かるが、手間やコストがかかるものについては現時点で実施するのは難しい。
小規模企業	飲食品・飼料製造業	あまり意味のない政策なので、なぜ推し進めるのか意味が分からない。
中小企業	機械製造業	特に実施していない。顧客から要求されれば実施せざるを得ないが、コストを上げてまで取り組むことで、売価が上がるとしたら、顧客はそれでも喜ぶのか？賞与が減るとしたら、社員は喜ぶのか？そのような時代が来ない限り、当社のような中小企業がコストをかける意味合いが見つけられない。
中小企業	飲食店	ほとんど取り組めていません。何をどのような取組をどのような優先順位で実施するか？まずは情報収集の段階です。
中小企業	建材・家具、窯業・土石製品卸売業	EVが内燃エンジンよりトータルコストが環境に優しいとは考えにくくし、証明されていない。気候変動が正常値(どれを基準にするか)による)に戻るとは思えない。大きな枠組みの争い、産油国、原子力国、自前のエネルギーで満たされる国などの綱引き、日本はいずれにしても、無い無い尽くして、右往左往せざるを得ない。
中小企業	機械製造業	地球環境については、人間社会を基軸にしているので、地球規模から見れば100年単位の規模なので、現状人間が住みにくい状況になっているだけと考えます。例えば、地球に隕石が衝突するような事があれば、脱炭素化の取組など意味のないものになると思います。
中小企業	旅館・ホテル	そもそも脱炭素という考えに疑問がある。本当に二酸化炭素が悪いのか証明されていないのに、脱炭素しなければならぬという誘導で世の中がおかしくなっている。そんなものに振り回されたくない。脱炭素を目指すなら、中国やアメリカにそれを強いるほどの大きな効果がある。日本が弱ったところで微々たる効果しかない。
小規模企業	輸送用機械・器具製造業	二酸化炭素が今以上に減ったら海洋生物は死滅する論文を出している学者もいる。二酸化炭素は海が吸収→プランクトンが二酸化炭素を吸収→小魚、貝類がプランクトンを吸収→中型・大型魚が小魚・貝類を餌に、である。現在の二酸化炭素が「悪」はやりすぎである。
中小企業	建設	トラックや重機関連まで化石燃料を使わない取組というのは、私の頭では理解できないのです。電力を化石燃料を使わないで全て発電出来るようになったら、考えたいです。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	削減のイメージがつかめない。他社の事例などを見せていただけたい参考にしたし、社内で勉強会をしている。
小規模企業	家電・情報機器小売業	やめてほしい！意味の変わらない意味のない、誰かに言われたからやっているだけ。日本発信ではない。何かしたいのか？
中小企業	機械・器具卸売業	苦労している。
中小企業	化学品卸売業	正直言ってそれほど積極的に取り組んでいない。
中小企業	機械・器具卸売業	弊社の取組は、しばらくは無理かな。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

④ 「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」と回答した企業

- ・取組：比較的簡易な取組が多く見られた。
- ・課題：中小企業では対応が困難であるといった意見や、脱炭素に懐疑的な立場の意見が特に多く見られた。

規模	業種	内容
小規模企業	飲食店	照明をLEDに変える。
小規模企業	メンテナンス・警備・検査業	経費の節減。
小規模企業	機械製造業	消灯の励行。
小規模企業	飲食料品卸売業	節電。
中小企業	機械製造業	弊社は取組の範囲は限られているが、LED照明、インバーター制御に替えられる設備は積極的に導入している。
小規模企業	その他製造業	LED照明、ハイブリッド車の使用、リユース、リサイクルの推進など。
中小企業	電気機械製造業	電気料金の値上げもあり、LED化などは進んだ。
中小企業	精密機械、医療機械・器具製造業	照明器具は全てLED照明に取り換えた結果、電気料金は下がった。
小規模企業	飲食店	プラスチック包材の低減、エコな電球、蛍光灯の使用。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	太陽光パネルの設置。
中小企業	その他の卸売業	一部の電力の太陽光発電への切り替え。
小規模企業	化学品製造業	取組かどうかは分からないが、LED化・今後太陽光発電導入等による自家消費型への部分的な転換。
小規模企業	化学品製造業	CO2排出量の把握、削減目標の設定、削減状況の確認、省エネ効率化。
中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	営業車は2台、電気自動車。自販機はCO2低減仕様。購入電気は、CO2フリーへ切り替え(来年3月予定)。
中小企業	その他サービス業	公共交通機関を使うようにしている。
小規模企業	広告関連業	ゴミの分別やエコ素材を活用するなど、身近な場面で行えることをやるようにしている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	ペーパーレス・新設備導入による光熱費削減、電子化・提案制度等の積極的な導入。
中小企業	専門商品小売業	ペーパーレスを推進する。無駄なエネルギーを使わないよう徹底していく。
中小企業	家具類小売業	廃棄商品など細かく仕分けして処分、又はリサイクルに取り組んでいる。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	不良率低減のため品質強化を実施していくと、自然とエネルギーの削減(脱炭素)につながる。
中小企業	不動産	社会的な責務と捉えて対応を急ぐ。
小規模企業	農・林・水産	これまでの環境への配慮を継続しています。
中小企業	機械製造業	顧客からの調査依頼に対応。
小規模企業	建設	業界及び客先の動向次第。
小規模企業	機械製造業	今後の課題。
中小企業	専門サービス業	中小企業に勤める従業員の社会的教育が必須。
小規模企業	情報サービス業	たがちに結果が出るとは思っていない。長期的な投資が必要。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	納入先からの指導により半信半疑で取り組んでいる。
中小企業	建設	使用している材料が石油化学商品なので、そもそもGXや脱炭素経営と真逆の材料を使用している。
小規模企業	紙類・文具・書籍卸売業	コスト削減にもつながる光熱費の削減は、設備投資を実施して実行している。梱包資材の見直しなどコストが上昇する取組には経営状況から着手が難しいため、リサイクル資材やリターナブル資材の活用など取引先と合意できる取組を実施している。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	製品の仕上がりに係る部分なので簡単にはいかない。単純に熱源を変えれば良いというものではない。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	水素自動車の採用。高速道路から一旦降りないと補給ができないため、結果、高速道路料金が割高となっている。
中小企業	飲食料品卸売業	社員に対応する知識も技術もない。数字を測定するすべもわからない。そこに教育を行う余裕もない。
小規模企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	木工品を扱っている時点でGXとは対極の業界であり、今後さらなる仕入れ価格上昇や価格転嫁が必要になるものと考えられる。業界内のスタグフレーションの加速化が建設工事全体に影響を与えるため、国内景気の冷え込みが予想される。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	脱炭素経営は、可能であれば足並みをそろえ、国内及び世界が一斉に共通規格で平等に行うべき。各地で紛争や身勝手な国があれば、なかなか小さなエリアでは広がらない。難しい問題です。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品製造業	脱炭素と言うが、弊社は炭素自体排出する企業ではない。脱炭素が流行語になっているが、全てヨーロッパから言っていることで、脱炭素を行ったと言ってもその効果はないと思う。と言うのは車をEVに切り替えても、EVの電気を生産するところが炭素を多く出している。何でもEUの言いなりには事が進むのが腹立たしい限りである。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	ノルウェーのように国内の脱炭素化は進んでいるが、結果として自分たちの炭素削減分を他国に押し付けているような国もあり、全てが脱炭素だけだとくるとはできないと考える。使用する原料の木材は炭素を固定化する最たるものであり、歩留まりの向上により焼却処分するものを減らす努力はしている。
中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	環境問題への取組は企業として必要なことは理解しているが、コストに対しての効果が見込めないため、消極的にしか考えられない。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

大企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	活動意義は理解するが、トータルの製造コストの増加を伴うものが多く、企業存続の前提になり得るのか疑問視している。
中小企業	出版・印刷	電気など必要なものは使い方を工夫するなど節約はするが、それ以上求められてもいかんともしかげない。脱炭素に資する代替エネルギーを開発する(実はあるなら公開する)など、なんとなく利権がらみなので、本当の意味での対策ならば取り組みたいと思う。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	日本は世界でも先進的な取組をしており、CO2排出量もそこまで多くない。世界との戦いのなかで、中小企業がどこまで対応できるのか。政府は、賃上げを含め企業任せになっているが、もともと日本の取組んできたことをPRし、自国に有利になるように進めてほしい。
中小企業	電気機械製造業	日本のような森林でおおわれた国内を整備するのではなく、アマゾンなどの緑地帯が開発され大幅に森林伐採されると困る地域の経済支援や、砂漠の緑化推進など、日本の技術を活用して回復することを推進することが重要であり、日本の家庭や企業を微弱にして脱炭素に意味はない。日本の中だけでやっても自己満足に終わり、温暖化は止められない。日本の技術を使う点を間違えないでほしい。
小規模企業	精密機械、医療機械・器具製造業	いずれグリーン燃料(水とCO2等から生成するとされる合成燃料)にすれば脱炭素は全く無意味!
中小企業	化学品卸売業	SDGsは格好は良いが、それで売上や利益が増える訳でもない。買い物袋の有料化により、どの程度GXに効果があったかの検証も無い。取引先から特に要望が無い限りは、GX効果のあるような商品の開発はしていないし、現状、そのような要望も無い。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	元々節約する場所が無い位しているので、これ以上は無い。するなら他国がしろ。自分はするつもりが無いけれど、日本の競争力を落として高給で日本の人材を引き抜いて楽をしようとするな。自前で育てろ。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	ガソリンエンジンを廃止し、電気自動車へ移行する方針を決めることは理解できるが、急激な変化では企業の経営が成り立たない。極論、事業を撤退する、くらいの意味を持つ。新しい事業の立ち上げが急務だが、日本国も業界も明確な答えを見つけれない。非常に悩ましい問題である。
小規模企業	その他の卸売業	GXや脱炭素経営は矛盾の塊で意味がない。脱炭素のためのカーボンフットプリントは通常の経営より排出量が多いことがある。
小規模企業	その他の卸売業	当社はOEMを国内で受け海外生産を行っている。発注元に求められれば取り組むが、発注元は脱炭素よりコストを抑えることを優先で考えている。
中小企業	その他の卸売業	従来購入し使用できていた機器が、長期にわたる生産差し止めとなり、古い機械をたまたま使用しかねない状態です。規制するのは、仕事なのかもしませんが、目の前の対象社だけでなく、その結果業務に影響を受ける多くの企業等がいることを、ちゃんと認識して行政に携わってほしいです。
中小企業	機械・器具卸売業	省エネ。国の電源構成の不全。
小規模企業	専門商品小売業	省エネ設備への置き換えなど。果たして本当にCO2は悪なのか?
小規模企業	専門商品小売業	製造工程で出る端材や金属くずは溶解した後には化学的処理で単離した貴金属を素材ごとに精錬し、貴金属地金として生まれ変わらせ、廃棄する原材料ゼロを目指している。
中小企業	運輸・倉庫	石油化学のおかげで現在の便利な生活が成り立っている面が大きく、CO2削減もさることながら、発生したCO2をいかに吸収するのかという研究がもっと必要であろうと感じている。
小規模企業	建設	電気自動車に見られるように、非現実的なことが多く、現状では取り入れにくい。
小規模企業	飲食品卸売業	国、官庁、大手企業が達成もできていないことを中小企業が率先するかというと、取組順番は低くなると思われる。
中小企業	化学品製造業	DXと異なり、GXは企業1社1社に期待するのではなく、国や県といった大枠での活動が最も重要。私企業にGXに対する効果を求める行動自体が適切ではないと感じる。
中小企業	専門商品小売業	業界での対策が必要。
中小企業	機械・器具卸売業	零細中小企業では取組不可能な課題である。
小規模企業	建材・家具、窯業・土石製品製造業	零細企業には対策する余裕がない。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	現状の中小企業の社員レベルを考えると導入は難しい。またその導入コストすら賄えない状況である。
中小企業	建設	両立が難しい課題を中小企業に求めている事態に、違和感を感じる。
中小企業	電気機械製造業	中小企業ではGXはやりけい、設備投資等にお金がかかるものであり、脱炭素経営は指標ややるべきことが不透明でどこから取り組めばいいのかわからない。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	中小企業をふるいにかけている印象があります。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	コスト増しかないので中小企業には厳しい要求である。
小規模企業	建設	大企業の皆様か、そこそこの中小企業がお金使ってやってください。税金を55%納めて何ができるのでしょうか?税金で儲けている方でやって、その恩恵をください。
小規模企業	メンテナンス・警備・検査業	弊社は零細企業であり、エネルギーの消費量が非常に少ないので、貢献は難しい。
小規模企業	情報サービス業	一定規模以上の組織が取り組むべき課題であり、中小零細はそんなことを考えている余裕はないし、元の排出量なども微々たるものなので効果は薄いと考える。
中小企業	情報サービス業	経費の無駄遣いをなくすように注意する程度。GXや脱炭素経営が実施されなければならぬ必要性を感じない。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	ただでさえ利益が薄くなっているのに、これ以上原価が高騰すると会社の存続にかかわる。
小規模企業	専門サービス業	先進国が急速に伸びてきた時と同じように、後進国が伸びている時に環境破壊が進む速度が上がるが、対処方法を知っている分、早く落ち着くと思う。脱炭素については、安定したエネルギーが無い限り、なかなか進まない。最終的に脱炭素に繋がらないと思えることが多いので、難しそう。
中小企業	その他サービス業	GXの推進については、一定の効果があると考え、事務所まわりのデジタル化をはじめ、生産ライン内部のデジタル化・

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

		得意先との文書や紙でのやり取りをメールやクラウド利用に一部切り替えている。脱炭素経営は、導入する機械がそもそも省エネ機器のみの取扱いに代わってしまったので、有無をいわず脱炭素への取組を取らざるをえない。ただし、行き過ぎた脱炭素推進による電気料金の大幅な値上げや電気不足の節電要請、地方の綺麗な山々に散在する太陽光パネルの悲惨さを見ると、国民の脱炭素への努力の見返りが上記のようなしっぺ返しになっている現実を良くは思わない。
小規模企業	不動産	積極的に何も行わないようにしています。当社の顧客には一切関係がありません。と言うか、本質的には、これを金づるにできる企業が利用したら良いだけの金儲けのネタでしょう。地球なんて何も関係がない。ただ、取り入れた企業の儲けがあるだけ。
中小企業	パルプ・紙・紙加工品製造業	二酸化炭素排出権の取引は排出量が減るわけではないため、どういった意味があるのか疑問である。何か大きな意味があるのであれば、もっと周知が必要かと考える。
中小企業	広告関連業	一企業がどんなに脱炭素経営をしても、世界で戦争が起これば圧倒的な炭素放出になり、取り組む気力がなくなった。脱炭素経営より政治がしっかりすれば、相当な脱炭素ができるはず。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	世界共通フェアに実施されるなら良いが、また日本だけ真面目に取り組んでお金を吸い取られるだけのCOP20のようになる気がしている。
小規模企業	建設	日本の排出量は世界の二酸化炭素排出量全体の3.2%であり、今まで削減努力を重ねてきた経緯があり、他国が取り組む場合より難易度が高くコストも必要になってくると思う。単純な削減目標を課されると日本だけ負担が大きくなると思う。
小規模企業	医薬品・日用雑貨品小売業	中国や米国等の温室効果ガス排出量について、画期的な減少がなされない限り温暖化は防ぎようがない。また、過去の地球史を見ると、もっとダイナミックな気候変動を経てきた。「温暖化は止められない」が人類を存続させるための科学的・工学的対策への投資を増やすべきだ。
中小企業	機械製造業	脱炭素が将来の人類の繁栄につながるものなのか疑問。地球全体の問題として考えるのなら、炭素排出量の多い中国に当たり前の脱炭素を強制すべき。
中小企業	専門商品小売業	脱炭素は炭素税利権のためのまやかし。温暖化はCO2によるものではない。日本には「もったいない」の精神があるので、それによる持続可能な努力をすればよい。ヨーロッパでも脱EVの動きが始まっており、グリーンエネルギーの幻想から現実路線への転換が始まっている。自然を破壊する再生可能エネルギー利権を排して、自然と共存する活力ある社会を取り戻す必要がある。
中小企業	自動車・同部品小売業	そもそも欧州のCO2対策があまり意味のないものと考えているので、実施する予定はない。
大企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	欧米の儲け話に踊らされている。杞憂であるのに。
小規模企業	建設	欧米からの押付け、無駄な取組だと思っている。
小規模企業	機械製造業	地球温暖化の主因が二酸化炭素の増加だと思っていない。ヨーロッパ諸国の利権創造や思惑が色濃く反映されており、胡散臭い。
中小企業	機械製造業	先に取り組んだものが損をするようなルールの決め方をするな。
中小企業	機械製造業	日本人には太古より必要なものを必要に迫られるだけの精神があります。中小企業まで活動が必要なら、個人への啓蒙活動と指導を徹底した方が効果があると感じます。
小規模企業	情報サービス業	当社は製造業ではないので、興味も関心も無い。国策主導、マスコミ主導の政策は、失敗する可能性の方が高い。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	脱炭素が地球環境の課題であるならば、正しい方針を出すべきで、投資家の方針が見えます。
小規模企業	専門商品小売業	脱炭素問題がビジネス化している。既得権益や国の問題が絡むので、どこか胡散臭いところが目立つ。
中小企業	情報サービス業	環境問題は業界の利権であり、企業の技術・コスト競争力に全く貢献しない。
中小企業	建設	根本的にGXや脱炭素経営自体に意味がない。そういう方向で儲けたいために浸透させたいとしか思えないほど、世の中で声高に唱えられているほどの効果がない。
中小企業	建設	地球温暖化、脱炭素社会に懐疑的な立場なので、全く取組意思はありません。この分野への投資は、20年30年後に全て無駄になると思う。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	GXや脱炭素経営って本当に必要でしょうか？
小規模企業	専門商品小売業	本当に脱炭素が必要でしょうか？
小規模企業	機械製造業	二酸化炭素が本当に地球温暖化の原因なのか解明されていない。今は地球の温暖期もしくは寒冷期のどれかで、温室効果ガスが原因とは科学的に証明されていないのではないか。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	脱炭素は無意味な流行、流線型の乗り物のようなものです。
小規模企業	不動産	脱炭素など、ただのまやかし。利権作りの一端である。
中小企業	不動産	脱炭素は今更遅い。
中小企業	建材・家具・窯業・土石製品製造業	地球という大きな物を人が変える事は出来ないと思っております。
大企業	情報サービス業	特に取組を行っていない。新たな税金搾取事業としか捉えていないので、積極的に取り組もうとは思っていない。
小規模企業	専門サービス業	近い将来、温暖化ではなく寒冷化するのではないか？を心配している。地球の長い四季は、1200年くらいの周期があるという説もある。
中小企業	その他サービス業	そもそも脱炭素の考え方に疑問がある。エビデンスが不明瞭。
小規模企業	旅館・ホテル	集客がないので、ホテルが稼働せず、今の時点で対応できることがない。
小規模企業	建設	特に何もしていない。弊社ではできることがほとんど無い。むしろ民間製造業の顧客にはコストアップにしかかっていない。
中小企業	飲食品卸売業	特がない。自然体で実施している事もあるが、表には出さない。どうしても上辺だけの施策に感じる。
小規模企業	不動産	全く必要がない。日本経済を停滞させる原因になっていることなぜ気づかないのか。特定の企業(特に外国資本企業)ばかりが利益を得ており、公金の無駄遣いになっている。
小規模企業	飲食店	全く意味がない。
小規模企業	農・林・水産	取組をする気がない。
小規模企業	専門商品小売業	これと言って対応していません。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

⑤ 「どちらともいえない」と回答した企業

- ・取組：比較的簡易な取組が多く見られた。
- ・課題：具体的にどのような取組をすべきか分からない旨の意見が目立った。

規模	業種	内容
小規模企業	広告関連業	徹底節電。
中小企業	その他の卸売業	消費電力を削減する努力。
中小企業	電気機械製造業	社内照明の全LED化による消費電力の削減。
小規模企業	機械製造業	数年前から事業所内全てLED照明にしました。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	リサイクルトレーへの切替え、重油式ボイラーをガスボイラーに切替え。
小規模企業	化学品製造業	全てのエネルギーの消費を少なくする。
中小企業	化学品製造業	節電、省エネ設備への更新、照明のLED化。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	紙類の削減等を中心に推進。
中小企業	情報サービス業	サステナビリティの一環で電力消費量や紙の削減を行っている。
中小企業	広告関連業	社内打ち合わせ時の紙の削減。
小規模企業	建設	ペーパーレス化と資源再利用。
中小企業	金融	ペーパーレスの促進、什器購入時の中古品の積極的採用。
大企業	化学品製造業	製品容器は包装資材におけるプラスチック使用量の削減、バイオマス資材や再生プラスチックの使用など、製品に関連する省資源や環境配慮型の素材への切り替えを順次進めています。また、工場などの電力使用に当たり、CO2フリー電力の購入比率の引き上げを行っており、2030年までには100%への切り替えを目指しております。
中小企業	娯楽サービス	ガソリンカーからEVカーにシフトしている。
中小企業	建設	低炭素型建設機械の使用。
小規模企業	その他サービス業	再エネ率を出来るだけ上げています。
中小企業	機械製造業	省電力設備の導入。
中小企業	飲食料品小売業	省エネルギー機器への切り替え。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	喫緊の課題と捉えておらず、設備の更新時にそれなりの対応をとっていきたいと思っています。
中小企業	化学品製造業	太陽光発電パネルの設置。
中小企業	情報サービス業	太陽光発電、高断熱窓ガラス、高効率換気システム。
中小企業	建設	太陽光発電設備を工場に設備投資した。SX推進活動として、遊休地の緑化を図るとともに、全事業所においてグリーンカーテン活動を推進している。工事作業所におけるグリーン電力の積極的な利用を推進している。
小規模企業	建設	断熱性の高い住宅を造るよう掛けている。太陽エネルギー利用の住宅を造っている。
小規模企業	専門サービス業	水素事業を強化して行きたい。
小規模企業	専門サービス業	環境にやさしい素材メーカーの資本政策における支援を行ったり、その製品の販売代理店として活動している。
中小企業	専門サービス業	当社の事業内容が環境に大きな負荷を与えるものではないため、できることが限られているが、例えば照明を蛍光灯からLEDに変更したり、燃費の良い社用車にすること、社内への節電の呼びかけ、クールビズなどに取り組んでいる。
中小企業	建設	社用車のハイブリッド車化、建設機械のICT化等。
小規模企業	飲食料品小売業	車の使用を極力少なくしている。
小規模企業	建設	車両買い替え時は、ハイブリッド車を選択するようにしている。
中小企業	運輸・倉庫	電気自動車の導入検討。
中小企業	医薬品・日用雑貨品小売業	電気自動車等クリーンエネルギーへの対応。
小規模企業	建設	車両を順次ガソリン車からハイブリッド、電気自動車へと移行しており、ペーパーレス、キャッシュレス決済等に取り組んでいます。
中小企業	運輸・倉庫	古いトラックの代替、ハイブリッド車の導入。
中小企業	医療・福祉・保健衛生業	営業車両の電気自動車への転換、事務所にもソーラー発電システムの導入。
小規模企業	建設	重機等を使う場合には十分な取組。
中小企業	運輸・倉庫	燃料(軽油)の削減等。
小規模企業	娯楽サービス	マリナー業だが、レンタル艇の2ストロークエンジン・船外機を4ストロークエンジン・船外機に寄せ替え、不完全燃焼のガス排出を抑制し、航走時のエンジンオイル燃焼消費を無くした。
小規模企業	不動産	設備産業ではなく、エアコンと照明と社有車のガソリン位しかエネルギー消費がないので、それらを意識して削減するよう努めている。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	カーボンニュートラルに対する取組を取引先指導により始めた。
小規模企業	繊維・繊維製品・服飾品小売業	不良品を、定期的に難民に寄付。
中小企業	情報サービス業	些細な事から、できる事から実施する方針。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	ごみの分別くらい。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

		す。
中小企業	人材派遣・紹介業	政府には、新たなメンのタネを見つけた怪しいコンサル会社が跳梁跋扈しないように監視を願いたい。DXにGXって、車のグレード？
小規模企業	電気機械製造業	ソーラーパネル、PHEV車、LED照明等、設備導入はしているが、それは燃料代・光熱費が高いため、個人的には温暖化は眉唾だと思っており、結果、脱炭素っぽまっているだけ。
大企業	医療・福祉・保健衛生業	経費節減の観点から省エネ機器への更新を進め、結果として脱炭素への取組となっているが、意識としては高いとは言えない。
中小企業	飲食料点小売業	大事なことの認識はあるが、それどころではない。
中小企業	建設	色々騒がれているが、いざ取組となれば、まだまだ時間がかかると思われる。
中小企業	建設	将来、建設機械などのようになるのか不安である。電気で動かす重機は使用できるのか、機械を買い替えるのどこだけ費用がかかるのかなど、不安がある。
小規模企業	旅館・ホテル	太陽光などグリーンな自家発電を作れればいいが、電化にするだけでは意味がない。
中小企業	機械・器具卸売業	外部の投資家や株主がいる上場会社ではなく、また、製造業でもないので、脱炭素経営に関心はあまりない。
中小企業	化学品製造業	GXなどがファッション化している。実態を伴わないものが多い。本来すべきこと、何のためにという目的、本質をしっかりと見極めることが重要で、翻弄されてはならない。
中小企業	広告関連業	当社はメーカーではないので直接的に取り組める事柄は小さい。取組もうとしている自治体に対して寄付や投資などで間接的に支援している。
大企業	その他サービス業	将来を考えれば、是非取組まなければならぬ課題との認識はありますが、会社の現時点での喫緊の課題と比べて優先順位を上げて取り組む状況にはないです。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	カーボンニュートラルを目指し、各企業が出来ることは小さいです。国や研究機関で、しっかり軸を作って、それを展開すべきかと考えます。
小規模企業	飲食料品卸売業	正直に書くと、規模的に小さいうえ、取組む余裕がないので後回しになっている。工場を作れば考えていべき課題であるとは認識している。風と少しの電気を使用する製塩機械はSDGsに即していると思います。
小規模企業	不動産	意識としてはGXに取り組む方向だが、経済成長を目指すことそのものがGXと逆行しているものだと感じているので、なかなか難しいことと思っている。
中小企業	その他の卸売業	正直、やらないといけないことは分かっていますが、今、中小企業でGXや脱炭素をやっている場合ではないというのが現状です。
大企業	専門商品小売業	脱炭素経営については、何が該当するか不明である。そもそも定義が曖昧であり、該当する項目が分からない。
中小企業	メンテナンス・警備・検査業	GXについては取り組んでいるが、脱炭素経営については、余力がなく取り組めない。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	取組は開始しているが一部の人間が密室で行っており、全社的に広がっていない。部分的には業務の効率化などに結び付けているが、順調に進むか不透明。
小規模企業	不動産	資本主義経済の行き詰まりを打開するための新しいゲームのルールだと思うので、その流れに乗っていく以外に道はない。
小規模企業	不動産	現在はSDGs優先で、GXへの意識はあるものの、実践までに至っていない。
小規模企業	専門商品小売業	環境への意識は大切だが、業務が増えると、実務に影響が出る。
小規模企業	飲食料品卸売業	脱炭素は重要であっても至上ではない。
中小企業	建設	GXや脱炭素経営は弊社の経営に影響は少ないと思われ、具体的な対応は行っていない。
中小企業	建設	理念としては理解しているが、業務の中にまで落とし込んでいる状況ではない。
中小企業	紙類・文具・書籍卸売業	脱炭素に関してははっきりとした基準が決まっておらず、基準の決まり方によっては有利にも不利にもなりえるため、取組を大幅に進めるにはまだ至らないと判断している。
小規模企業	電気機械製造業	取組を始めていない。売上の確保、社員の賃上げなどの事項よりも優先して取り組む課題とはしていない。
小規模企業	機械・器具卸売業	それらを意識した活動は一切していない。もちろん、IT技術等を利用して物理的な出張移動を抑える努力等は日々行っているが、特に数値目標などは設定していない。
小規模企業	その他の卸売業	社会が前向きに盛り上がるか、それとも、危機回避として盛り上がるか、今は見えない。
中小企業	機械製造業	このテーマは、近未来的に必要な課題であると理解しているが、現状の弊社経営状況からはなかなか進めることは難しい。人材の問題もある。
小規模企業	機械製造業	まだ会社自体が臭いっていないので、これからです。SDGs、GX、DX、IT化、色々やらなくてはならないことが増えています。大切ですが、中小ではやりきれない。
中小企業	運輸・倉庫	顧客のサプライチェーンの中で、必要な場合には取り組む用意があるが、今までのところ、具体的な動きはない。
中小企業	機械・器具卸売業	卸売業なので特別には考えていない。色々GXに取り組んでいるメーカーの商品を扱う、電灯をLEDに変えたり、燃費の良い社用車に変える位か？
小規模企業	飲食料品小売業	見返りは何か？
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	それで利益が確保できるのかどうか。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	素材の見直しや余剰生産の排除に取り組むが、実効性は感じられない。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	具体的に何をどうしたらよいか分からない。
小規模企業	建設	どのような取組をすべきか理解できていない。
中小企業	繊維・繊維製品・服飾品卸売業	具体的には分からない。弊社には必要性がない。
中小企業	その他の卸売業	意識不足のため必要性を感じていません。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

大企業	医療・福祉・保健 衛生業	社内の関心が薄く、何等取組がなされていない。
小規模企業	情報サービス業	弊社はサービス業でありGXに関わる意識はない。
小規模企業	不動産	フランチャイズでの店舗経営が主体のため、弊社だけで対策を取ることは難しい。
小規模企業	機械・器具卸売業	正直に言います、脱炭素について検討する余裕は全くない。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	我々のような中小企業への波及はもうしばらくたってからと思われる。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	零細企業には難しい。
中小企業	家電・情報機器小 売業	生き残りの方が大事であり、二の次と考えるしかない。
中小企業	化学品卸売業	温暖化の原因と対策については、以前より懐疑的であったため、コメントは控えさせていただきます。
中小企業	飲食店	脱炭素は地球温暖化に影響を及ぼさないと知っているので必要性を感じない。
小規模企業	農・林・水産	いったい「脱炭素」とは何だろうか…。人類全てが有機(つまり炭素化合物)で出来ていて、「減炭素」活動ならまだしも、下手な「エビデンス」とやらを振り回して喧伝している大企業を見ると茶番に思えてしまう。
中小企業	その他の卸売業	脱炭素という名の新車のビジネス。聞こえはいいが、内容が伴っていない。ガソリン自動車より、火力発電所から電気を供給する電気自動車の方がエコなんて、意味が分からない。
小規模企業	飲食料品卸売業	戦争をやっている破壊行為が繰り返されている時に、脱炭素など意味がない。
中小企業	建材・家具、窯業・ 土石製品卸売業	コンビニの袋を有料化しても地球温暖化防止につながると思えないので、即刻やめてほしい。
小規模企業	建設	電気自動車を導入したり、LED照明に移行したりしています。地球温暖化の一番の原因は、現在の太陽の活動が活発だからです。数年前から、黒点(温度が低い部分)が消滅していると聞いています。気象学者は、太陽の学者の意見も取り入れるべきです。学術的なものは、縦割りはできません！
小規模企業	娯楽サービス	あまり貢献できる場面がない。
中小企業	建材・家具、窯業・ 土石製品製造業	特に検討していない。
中小企業	その他製造業	公表できるような取組はしていません。
中小企業	電気機械製造業	特に具体的な取組はない。
中小企業	飲食料品小売業	現時点で取り組んでいません。
小規模企業	パルプ・紙・紙加 工品製造業	特に行っておらず、課題設定していません。

設問4 GXや脱炭素経営に対する意識と取組内容及び課題

⑥ 「分からない」と回答した企業

規模	業種	内容
大企業	機械製造業	省エネ推進。
中小企業	専門商品小売業	全ての灯火照明のLED化。
中小企業	その他の卸売業	小さなことですが、蛍光灯をLEDに替えた。
中小企業	化学品製造業	太陽光発電システムの導入。
小規模企業	建設	社用車を全車ハイブリッド車に変更。
中小企業	運輸・倉庫	アイドリングストップの推奨、緩やかなアクセルワーク。
中小企業	飲食料点小売業	ゴミ(製造ロス)削減。
中小企業	専門商品小売業	小売業なので大きな取組は無い。ゴミの減量位。
小規模企業	飲食店	買い換えるタイミングでCO2に配慮した機器に替えています。
中小企業	その他サービス業	製造元(ドイツ)の意向に沿った商品販売を展開。
小規模企業	不動産	GXや脱炭素経営は、地域や業界等の情報を把握しながら、これから取り組むところ。
小規模企業	不動産	これからが本番。
中小企業	その他サービス業	ドライアイスが今後供給が減少していく中、ドライアイスに代わる商品を他社と開発中。
中小企業	運輸・倉庫	グループ内ではグリーン化推進会社としては活動におけるCO2を表示。
中小企業	飲食料品・飼料製造業	CSV(Creating Shared Value、共有価値の創造)の実現を通じて多様なステークホルダーに価値を提供・貢献することで、自然とSDGsへの貢献もつなげていくものと考えている。
中小企業	鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業	当社として、販売材料の仕入れ先のみならず、その他の部門での取引で関われるかも含めて、検討課題の1つではあると思う。
小規模企業	機械・器具卸売業	当社は、供給されたエネルギーを消費する立場であり、自社の積極的なGX、脱炭素経営を行える立場ではない。
中小企業	運輸・倉庫	中小企業にとって費用がかかる取組は困難。
中小企業	運輸・倉庫	頭では理解できても具体的などのように取り組むか？は難しい。
中小企業	その他の卸売業	親会社とともに当事業のうちのどこにGXや脱炭素経営に関わるものがあるかを洗い出している最中だが、現状それらしいものが見つかっておらず、影響を測れない。
小規模企業	機械製造業	GXや脱炭素経営は必要なのだろうか。誰かの利益のために踊らされているような気がする。山の木を伐採して太陽光パネルを設置したり、EV化を進めているかと思えばガソリン代の補助をしたり、少子化対策しているのにも、外国人を入れてしまう。食料自給率を上げるとしても海外から安い食べ物を入力してしまう。税金を使い放題使って、増税をする。矛盾だらけ。政府のやることか言じられない。
中小企業	その他製造業	電気自動車の導入や、照明のLED化や、エアコンの入れ替えなどで省電力化を進めている。GXとか脱炭素経営も言葉だけが踊ったり、偽善にならないようにしたい。
大企業	化学品製造業	業務・生産工程における省エネと再生可能エネルギーの活用推進を実施中。しかし、必要エネルギーのうち、実際に再生可能エネルギーで賄える割合は極めて低い。顧客である再生可能エネルギー関連産業も、採算性に苦労している。植林活動への参画や間伐材の活用など、「環境補償的」な活動への着手も必要と考える。一方で、あるべき生活様式に関して国民的なコンセンサス形成が、これからの産業の方向性も決める。
小規模企業	飲食料品・飼料製造業	減らすことばかり考えないで、全くとは言わないが、減らさずに済む事も考えないといけない。都市部の自然回帰だと思えます。
中小企業	情報サービス業	関係するのが電気代くらいしか想像できないため、効果的な対策が思いつかない。
小規模企業	運輸・倉庫	炭素社会に責任のある企業にそれなりの対応を求めるべきで、まるで全体責任のような視点からの呼びかけには応じたくない。特に航空会社には大きな責任があると思う。
小規模企業	医薬品・日用雑貨品小売業	DXは聞いたことがあるが、GXは初めて聞く。
中小企業	旅館・ホテル	GX・脱炭素経営・SDGs・カーボンニュートラル等、知識の浅い人間からすると、これらの違いがいまいち分かりません。
小規模企業	機械・器具卸売業	それらに関わるお客様が少ないため、特に話題になっていません。
中小企業	輸送用機械・器具製造業	まだ実感として意識の中に入っていない。
小規模企業	建設	それどころではない。もっと大切なことが他にある。
小規模企業	不動産	何も実施していない。これからする予定も構想もない。
小規模企業	不動産	GX、脱炭素社会やDX、SDGsなどは知っているが、こんなものは主流にならない。こんなものへの投資もほとんど意味がない。経済効果は薄い。
小規模企業	飲食料品小売業	人間が生きてる以上無理！地球が壊れたら、そのとき。
小規模企業	金融	GXや脱炭素経営とネコも杓子も騒ぐどこか何か胡散臭い臭いを感じる。
中小企業	化学品製造業	地球規模の課題と理解はしても、実感が伴わないお題目だけで、結果、未達というまでの環境政策の在り方を見ると、次代を担う若い彼らの憤りはとても良く理解できる。あまりにも大きなアドヴァイゼンを上げてはみたものの、その裏では金のために足を引っ張る構図が透けて見えているのでまともに受け止められないのではないかと、誰かが何とかしてくれませんか？何とかするさ！諦め感を強く感じます。
中小企業	建設	弊社として取り組むまでに至っていません。
中小企業	専門商品小売業	正直やりたくない。
小規模企業	鉄鋼・非鉄・鋳業	現状は行っていない。
中小企業	その他サービス業	特に意識していない。

(補論)「企業理念の内容」(設問2)と「GXや脱炭素経営に対する意識」(設問4)の関係

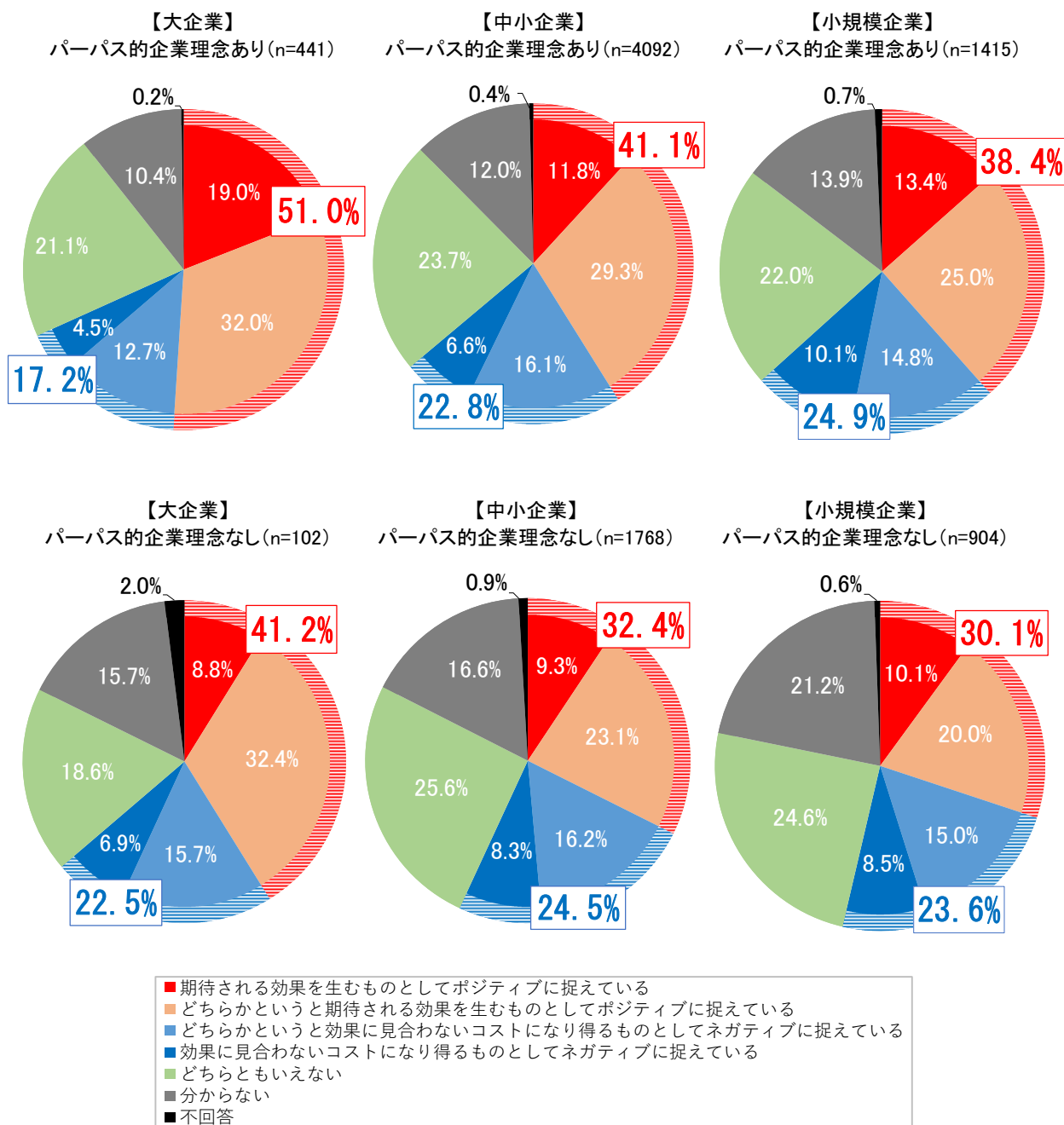
※以下は、「企業理念の内容」(設問2)及び「GXや脱炭素経営に対する意識」(設問4)の回答状況をクロス集計して、両者の関係を概観したものである。具体的には、明文の企業理念の内容として何らかの選択肢を選択した企業(8,722社)を、パーパス的企業理念²³のうちいずれか又は両方を選択した企業(5,948社)と、選択しなかった企業(2,774社)の2つのグループに分け、GXや脱炭素経営に対する意識の差異を見た。

<図表30について>

- ・GXや脱炭素経営に対する意識として、「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」及び「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」を合計した回答割合(赤枠囲みの数字)を見ると、いずれの企業規模においても、パーパス的企業理念がある企業の方が、ない企業よりも高かった。
- ・上記の結果から、実現したい社会像や社会的な存在意義のように、社会との関係性を企業理念に盛り込んでいる企業においては、社会的な課題であるGXや脱炭素経営に対して、相対的にポジティブな意識を有していることがうかがえる。
- ・なお、「分からない」の回答割合を見ると、いずれの企業規模においても、パーパス的経営理念がない企業の方が、ある企業よりも高かった。

²³ 企業理念の内容に係る選択肢のうち、「貴社が実現したい社会像、未来像に関する事」及び「貴社の社会的な存在意義、貴社の社会貢献に関する事」の2つ(36頁参照)。

図表30 GXや脱炭素経営に対する意識（パーパス的企業理念の有無別）



(注1) いずれも複数回答不可。

(注2) 各円グラフ中、赤枠囲みの数字は「期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」及び「どちらかという期待される効果を生むものとしてポジティブに捉えている」を合計した回答割合を表し、青枠囲みの数字は「効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」及び「どちらかという効果に見合わないコストになり得るものとしてネガティブに捉えている」を合計した回答割合を表す。

最近の企業動向等に関する実態調査

2024年2月

編集・発行 衆議院調査局経済産業調査室

(第一議員会館地下3階)

TEL 03 (3581) 6662

○本報告書は2024年1月31日時点で収集可能なデータを基に作成されています。

○本報告書を転載する場合には、事前に衆議院調査局経済産業調査室へ連絡をお願いします。