

令和7年度専門経営指導員調査事業

製造業（食品）に係る経営実態調査 報告書

令和8年3月

宮城県商工会連合会

目 次

◆調査の概要	1
◆製造業に係る経営実態調査	
I. 事業所の概要	
1. 事業所の形態について	2
2. 事業所の所在地について	2
3. 経営者の年代について	4
4. 事業所の業種について	5
5. 従業員数（雇用形態）について	6
6. 従業員の年齢構成について	7
7. 事業所の業歴について	8
8. 後継者の有無について	8
9. 主な販売先について	10
10. 現在の経営状況について	11
II. 経営環境の変化による経営への影響	
(1) 雇用と人材について	17
(2) 原材料費・エネルギー価格の高騰について	19
(3) 米国の関税措置に伴う事業への影響について	26
(4) DX（デジタルトランスフォーメーション）推進について	28
(5) 衛生管理について	30
III. 事業所の経営計画について	
1. 経営計画の策定期間について	34
2. 取り組んでいる経営計画について	37
3. 商工会に求める支援策や要望について	41
IV. 商工会・行政への意見・要望	43
V. 総括と考察	45
◆資料編（調査票）	49

◆調査の概要

1. 調査目的

中小・小規模事業者を取り巻く経営環境が厳しい状況にある中、県内商工会地域の食品製造業者を対象としたアンケート調査を実施することで現状及び経営上の問題や課題を把握し、それらの解決の一助に資することを目的とする。

2. 調査対象

県内商工会地区中小・小規模食品製造業

3. 調査時期

令和7年8月～令和7年9月

4. 調査方法

当該商工会に対し、中小・小規模食品製造業者へのアンケート調査及び回収を依頼

5. 調査の回収状況

依頼数 492件

回収数 479件

回収率 97.4%

6. 調査内容

I. 事業所の概要

II. 経営環境の変化による経営への影響

III. 事業所の経営計画

IV. 商工会・行政への意見・要望

7. 注 釈

掲載のグラフ等において単一回答設問の場合、小数点以下第二位を四捨五入しているため、その合計が99.9%～100.1%をとることがある。

なお、該当箇所は「※」で表記する。

◆製造業に係る経営実態調査

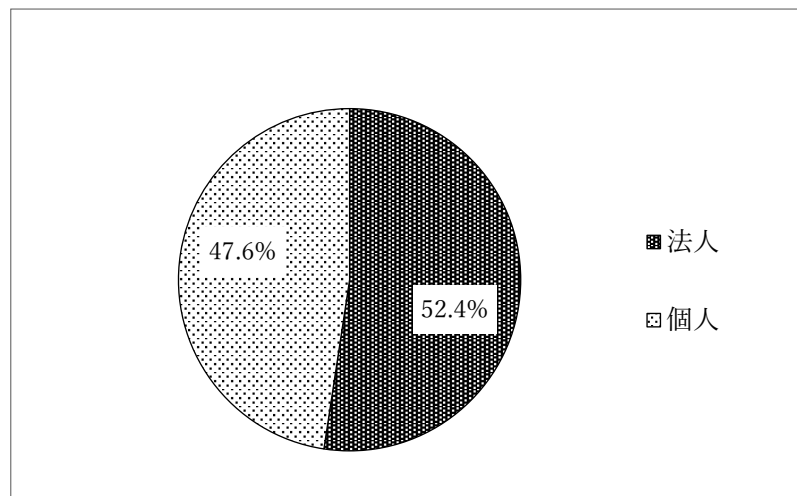
I. 事業所の概要

今回の調査は、製造業の中でも中小・小規模食品製造業者を中心に実施した。地域内の479件の事業者から回答を得ることができた。はじめに調査対象企業の概要についてまとめていく。

1. 事業所の形態について

問1. 貴事業所の形態について。

- ①法人 ②個人



回答者の事業形態は、「法人」52.4%（251件）、「個人」47.6%（228件）と多少法人の割合が高くなった。

2. 事業所の所在地について

問2. 事業所の所在地について。

エリア別調査対象事業者数

調査対象事業所数を下記のエリアごとに集計した。さらに、令和3年度に実施した「製造業に係る経営実態調査」における事業者数との比較を実施した。事業所のエリア別増減で見ると「仙台・北部近郊」エリアで3事業所の増加、「加美・大崎」エリアで13事業所の減少となった。

地域	令和3年度 調査結果(件)	今回の 調査結果(件)	増減(%) (▲:減少)
1. 名取・岩沼・亶理	42	39	▲ 7%
2. 仙南広域	66	61	▲ 8%
3. 仙台・北部近郊	59	62	5%
4. 多賀城・塩釜・松島	54	55	2%
5. 加美・大崎	72	59	▲18%
6. 涌谷・石巻	64	64	±0%
7. 栗原	51	50	▲ 2%
8. 登米・南三陸・気仙沼	79	78	▲ 1%
9. 未回答	1	11	11%
合計	488	479	▲ 2%



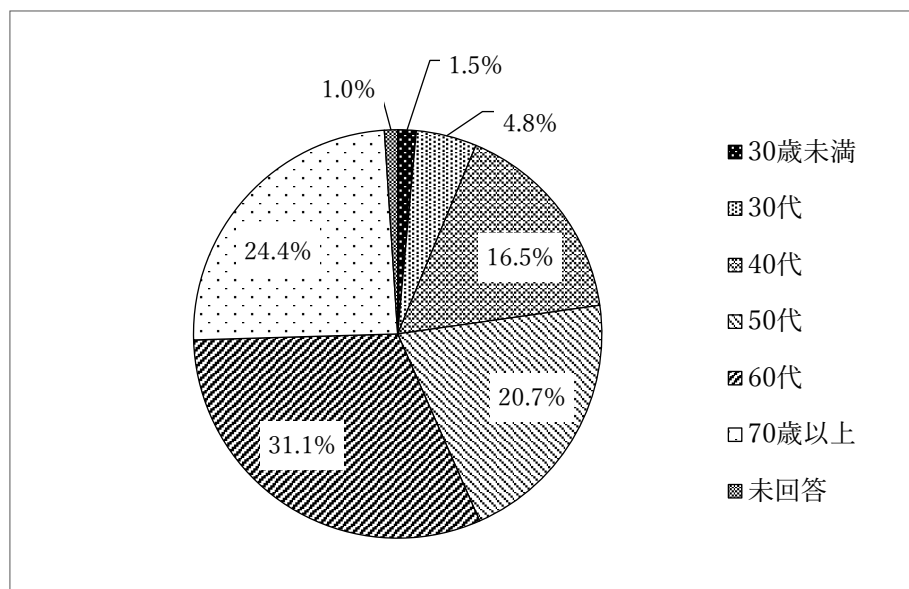
【地域分けにおける各ブロックの境界定義】

1. 名取・岩沼・亶理：名取市、岩沼市、亶理町、山元町
2. 仙南広域：角田市、大河原町、柴田町、村田町、丸森町、川崎町、蔵王町、七ヶ宿町
3. 仙台・北部近郊：仙台市、富谷市、大和町
4. 多賀城市・塩釜・松島：塩釜市、多賀城市、利府町、七ヶ浜町、東松島市、松島町
5. 加美・大崎：大崎市、加美町、色麻町、大郷町、大衡村
6. 涌谷・石巻：石巻市、涌谷町、美里町、女川町
7. 栗原：栗原市
8. 登米・南三陸・気仙沼：気仙沼市、登米市、南三陸町

3. 経営者の年代について

問3. 経営者の年代について。

①30歳未満 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70歳以上



60代が31.1%、次いで70歳以上が24.4%となっており60代以上で55.5%と半数以上を占めている。また、中年代としては40代が16.5%、50代が20.7%、若年代では30代が4.8%、30歳未満は1.5%となった。

令和3年度に実施した「製造業に係る経営実態調査」における同質問に回答の比較は以下の通りである。年代の構成割合にそれほど大きな変化は見られない。

年代	令和3年度調査結果	今回の調査結果
30歳未満	0.4% (2)	1.5% (7)
30代	5.3% (26)	4.8% (23)
40代	13.9% (68)	16.5% (79)
50代	21.1% (103)	20.7% (99)
60代	35.3% (172)	31.1% (149)
70歳以上	24.0% (117)	24.4% (117)
未回答	0.0% (0)	1.0% (5)
合計	100.0% (488)	100.0% (479)

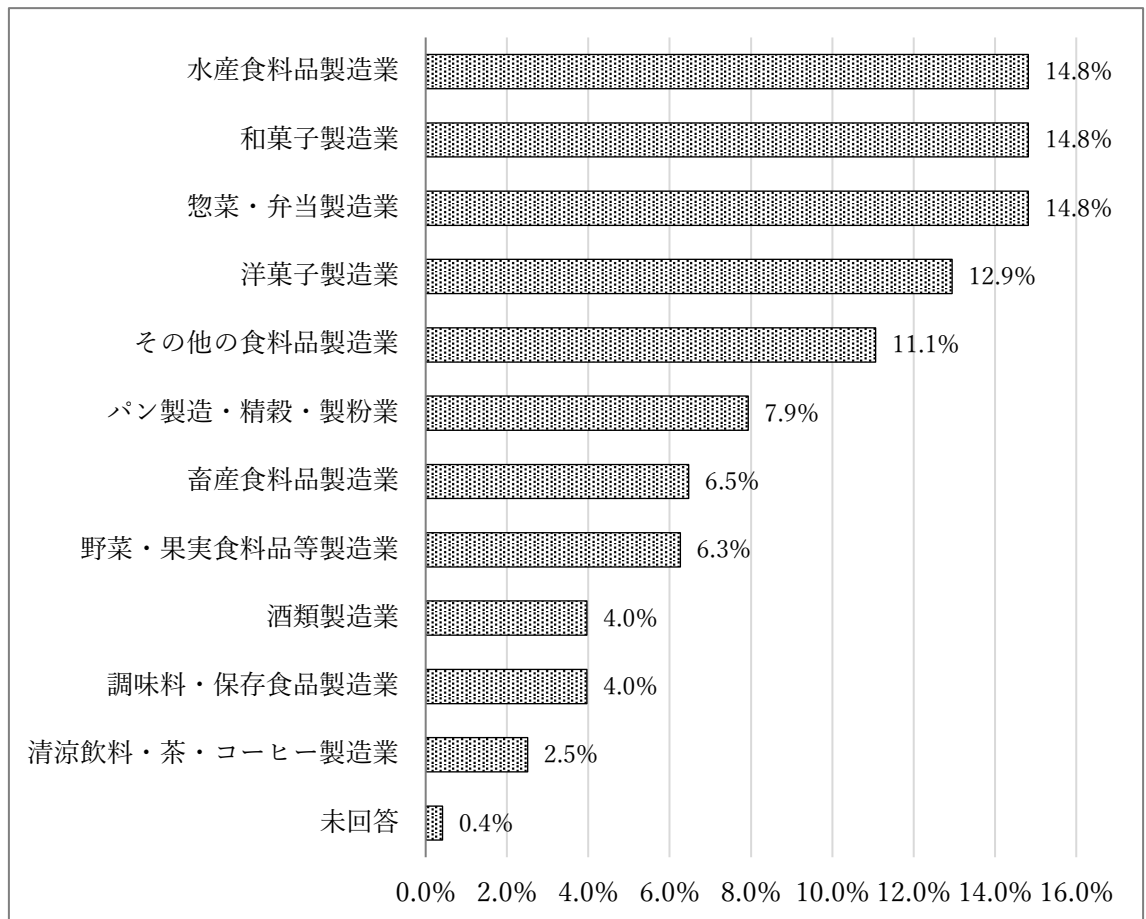
※注 () 内は件数

4. 事業所の業種について

問4. 事業所の業種について。（主たる業種を1つ選択）

- ①水産食料品製造業
- ②畜産食料品製造業
- ③野菜・果実食料品等製造業
- ④調味料・保存食品製造業
- ⑤パン製造・精穀・製粉業
- ⑥清涼飲料・茶・コーヒー製造業
- ⑦和菓子製造業
- ⑧洋菓子製造業
- ⑨酒類製造業
- ⑩惣菜・弁当製造業
- ⑪その他の食料品製造業

注. ⑪のその他の食料品製造業は豆腐等の大豆を原料とした製造業、製麺業、飲食業等が比較的幅広い分類となっている。

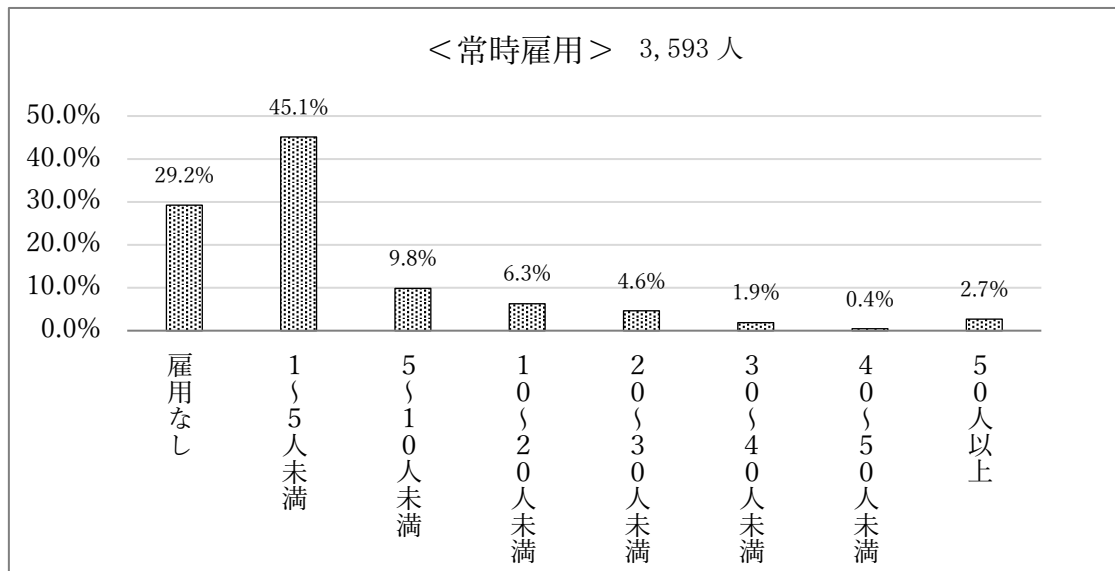


事業所の主な業種については「水産食料品製造業」、「和菓子製造業」「惣菜・弁当製造業」同率で14.8%、次いで、「洋菓子製造業」12.9%等となった。

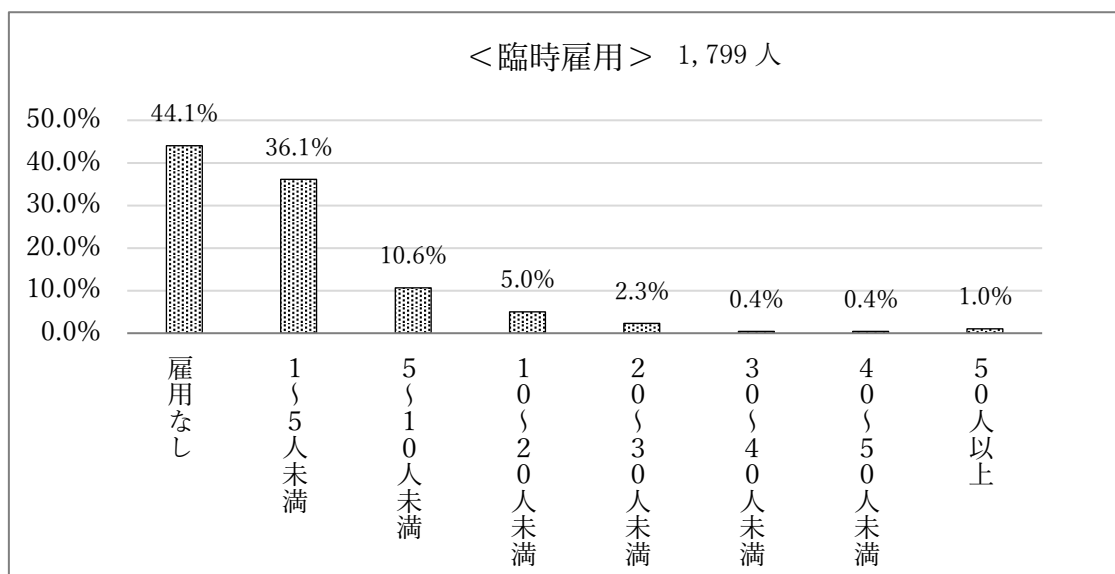
5. 従業員数（雇用形態）について

問5. 事業所の従業員数（雇用形態別）について。

（1）従業員数（常時雇用）

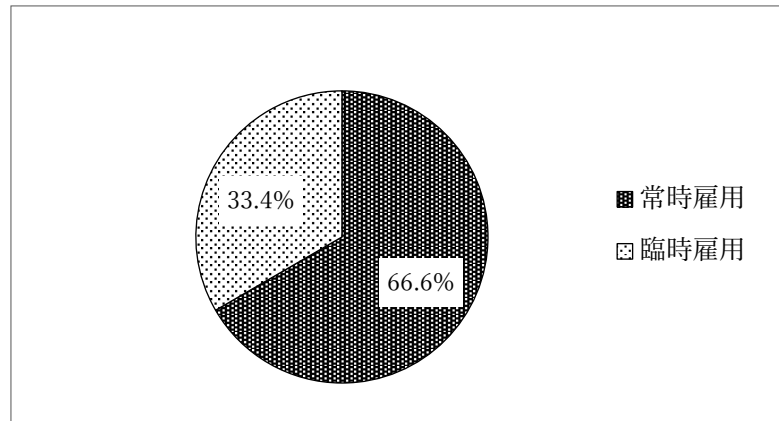


（2）従業員数（臨時雇用）（パート・アルバイト・日雇）



事業所の従業員数は、常時雇用の場合は「1～5人未満」が最多となり45.1%、次いで「雇用なし」29.2%が主な回答となった。臨時雇用では「雇用なし」が最多の44.1%、次いで「1～5人未満」の36.1%が主な回答となった。

(3) 従業員数の雇用形態の割合について。



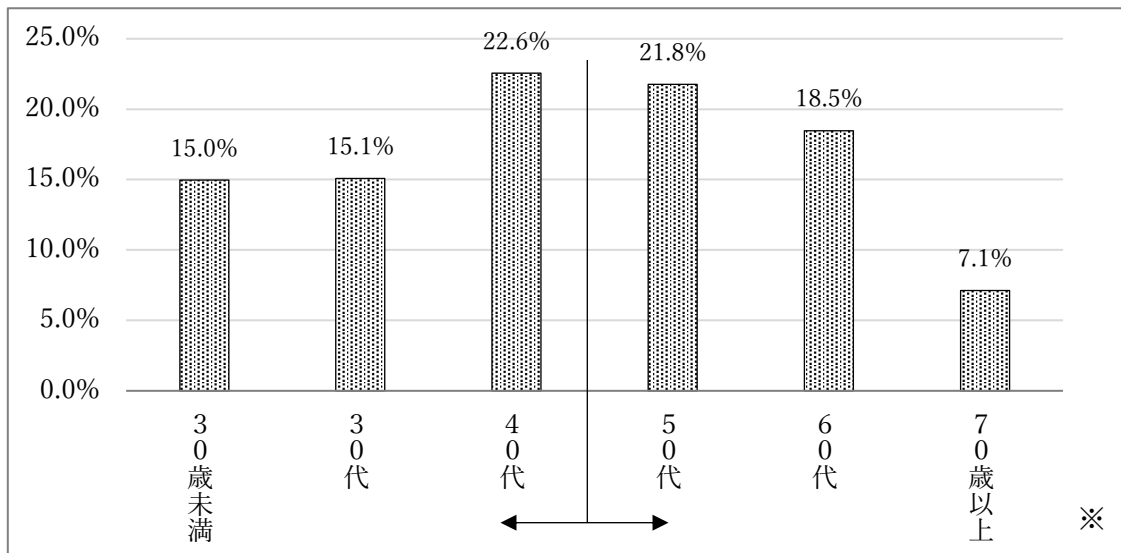
全体の従業員数の雇用形態の割合は、「常時雇用」が66.6%、「臨時雇用」が33.4%であった。

6. 従業員の年齢構成について

問6. 事業所の年代別の従業員数について。

(1) 従業員の年齢構成について

30歳未満 (747) 人 30代 (753) 人 40代 (1126) 人 50代 (1086) 人
60代 (922) 人 70歳以上 (356) 人

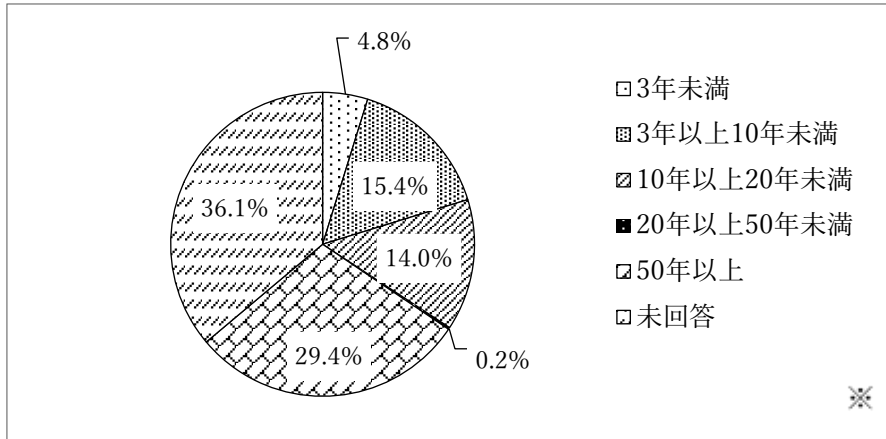


従業員の年齢構成については「40代」22.6%、「50代」21.8%が中心とみられ、次いで「60代」18.5%、「30代」15.1%、「30代未満」15.0%となっている。また、「40代」以下と「50代」以上とに分類すると、「40代」以下は合計で52.7%、「50代」以上は47.4%と、ほぼ半々となった。

7. 事業所の業歴について

問7. 事業所の業歴について。

- ①3年未満（23件） ②3年以上10年未満（74件） ③10年以上20年未満（67件）
 ④20年以上50年未満（1件） ⑤50年以上（141件） ※未回答（173件）

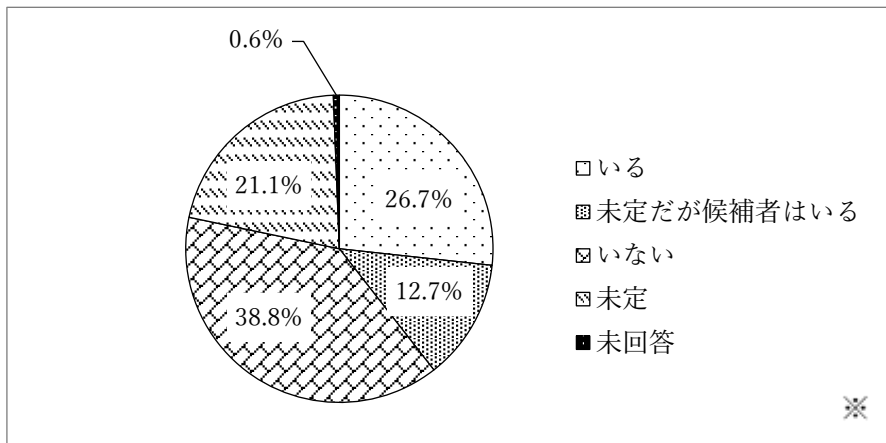


事業所の業歴については、「50年以上」の業歴を持つ事業所が最多となり29.4%。次いで、「3年以上10年未満」が15.4%、「10年以上20年未満」が14.0%となった。
 なお、未回答が36.1%と特に多かった。

8. 後継者の有無について

問8. 後継者の有無について。

- ①いる（128件） ②未定だが候補者はいる（61件） ③いない（186件）
 ④未定（101件）

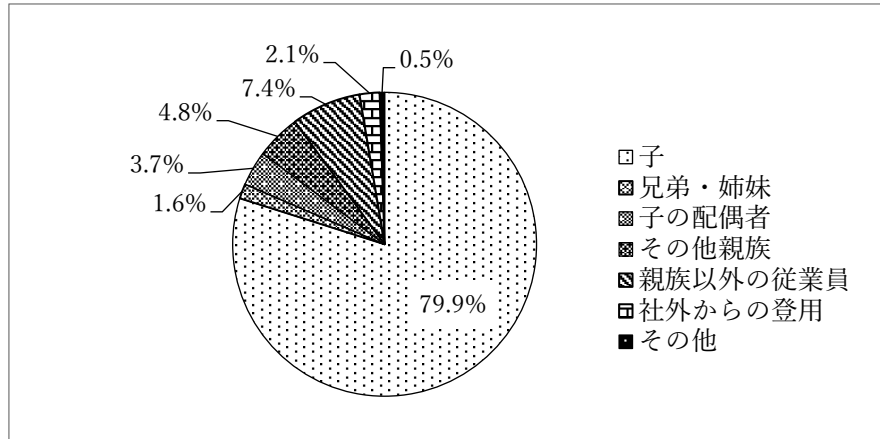


後継者の有無については、「いない」が最多の38.8%、「いる」が26.7%、「未定」21.1%となり、約半数の事業所で後継者が決まっていない。

問8-1. 問8の質問で「いる」若しくは「未定だが候補者はいる」と回答した方。

現経営者と後継者（候補者）との関係について。

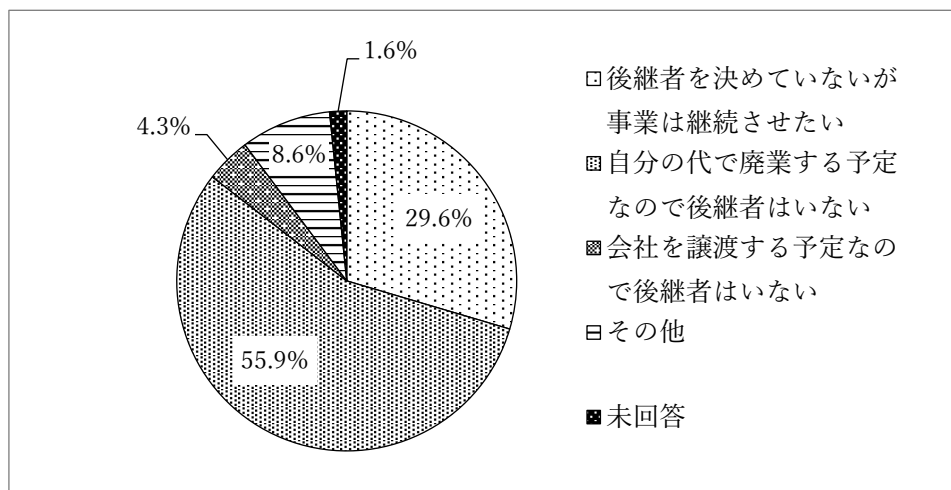
- ①子（151件） ②兄弟・姉妹（3件） ③子の配偶者（7件） ④その他親族（9件）
 ⑤親族以外の従業員（14件） ⑥社外からの登用（4件） ⑦その他（1件）



後継者（候補者）の79.9%は「子」との回答であった。

問8-2. 問8の設定問で後継者が「いない」と回答した方。

- ①後継者を決めていないが事業は継続させたい（55件）
 ②自分の代で廃業する予定なので後継者はいない（104件）
 ③会社を譲渡する予定なので後継者はいない（8件）
 ④その他（16件）（回答内容：何も決まっていないのでわからない 等）
 ※未回答（3件）



「自分の代で廃業する予定なので後継者はいない」が最多の55.9%と半数以上を占め、次いで「後継者を決めていないが事業は継続させたい」29.6%となり、概ね二つの意見に集約された。

9. 主な販売先について

問9. 販売状況について、業種別主な販売先について。

①加工業者向け（半製品含む）（22件） ②卸売（流通）業者向け（97件）

③小売業者向け（86件） ④一般消費者向け（直販）（265件）

⑤その他（8件）（回答内容：学校、漁協、ホテルと直販、道の駅 等）

※未回答（2件）

	合計 ※	（加工業者向け 半製品含む）	卸売（流通）業者向け	小売業者向け	（直販）一般消費者向け	その他	未回答
調査数	479 100.0%	22 4.6%	97 20.3%	86 18.0%	265 55.3%	8 1.7%	1 0.2%
水産食料品製造業	71 100.0%	10 14.1%	28 39.4%	8 11.3%	24 33.8%	1 1.4%	0 0.0%
畜産食料品製造業	31 100.0%	1 3.2%	12 38.7%	7 22.6%	11 35.5%	0 0.0%	0 0.0%
野菜・果実食料品等製造業	30 100.0%	2 6.7%	10 33.3%	7 23.3%	11 36.7%	0 0.0%	0 0.0%
調味料・保存食品製造業	19 100.0%	5 26.3%	3 15.8%	3 15.8%	7 36.8%	1 5.3%	0 0.0%
パン製造・精穀・製粉業	38 100.0%	1 2.6%	6 15.8%	4 10.5%	26 68.4%	1 2.6%	0 0.0%
清涼飲料・茶・コーヒー製造業	12 100.0%	1 8.3%	3 25.0%	1 8.3%	7 58.3%	0 0.0%	0 0.0%
和菓子製造業	71 100.0%	1 1.4%	6 8.5%	19 26.8%	44 62.0%	1 1.4%	0 0.0%
洋菓子製造業	62 100.0%	1 1.6%	2 3.2%	8 12.9%	50 80.6%	1 1.6%	0 0.0%
酒類製造業	19 100.0%	0 0.0%	9 47.4%	5 26.3%	5 26.3%	0 0.0%	0 0.0%
惣菜・弁当製造業	71 100.0%	0 0.0%	3 4.2%	10 14.1%	58 81.7%	0 0.0%	0 0.0%
その他の食料品製造業	53 100.0%	0 0.0%	15 28.3%	13 24.5%	21 39.6%	3 5.7%	1 1.9%
未回答	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%

（太枠はカテゴリ内の最多件数）

事業所の主な販売先をみると、「一般消費者向け」が大概の事業所の販売先となった。

業種別に「一般消費者向け」以外をみると、「水産食料品製造業」「畜産食料品製造業」「酒類製造業」が「卸売（流通）業者向け」との回答が最多となった。

更に業種別の傾向をみると、「水産食料品製造業」「畜産食料品製造業」「酒類製造業」では「卸売（流通）業者向け」の他にも「一般消費者向け」「小売業者向け」の販売先もみられ、「野菜・果実食料品製造業」「和菓子製造業」「その他の食料品製造業」では「一般消費者向け」の他にも「卸売（流通）業者向け」「小売業者向け」の販売先もみられた。

また、「調味料・保存食料品製造業」では「一般消費者向け」以外に「加工業者向け」の回答割合が唯一高かった。

10. 現在の経営状況について

問 10. 年度別現在の経営状況について。

前期を 100%とした場合の今期と来期の経営状況（見通し）

(1) 全体集計の平均値

項 目	今期平均	来期平均
売上高	99.6%	102.0%
営業利益	101.5%	95.8%
減価償却費	96.4%	97.8%
EBITDA	99.0%	96.8%

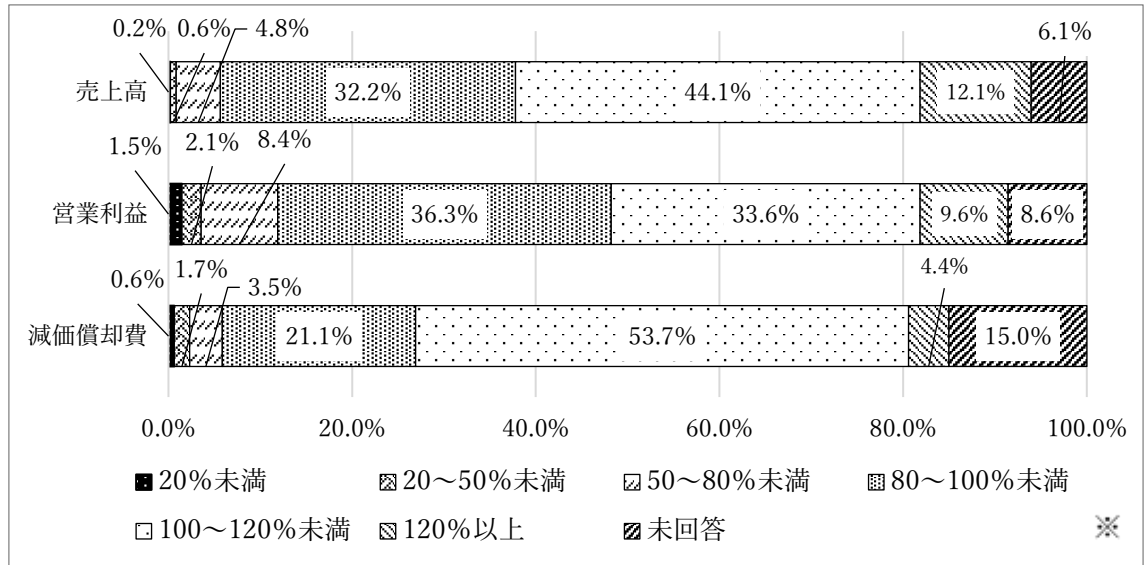
(※EBITDA：計算式を簡易的に（営業利益の平均値+減価償却費の平均値）÷2とし
キャッシュフローの流れをみる指標として掲載した。)

全体集計の平均としては、事業所の今期の売上高は前期を下回ったが来期予想では上回る見通しとみられ、営業利益では今期は前期を上回ったが来期予想では下回る見通しとみられる。減価償却費においては今期、来期共に前期を下回る見通しとなり、設備投資の減退が窺える。EBITDA では、今期、来期共に対売上高比率と比較するとその伸びは減少傾向にあり、多少ではあるがキャッシュフローの減少が窺える。

※今期の経営状況（階層分け集計グラフ）

今期の経営状況を、下記の通り売上高、営業利益、減価償却費別に階層分けした。

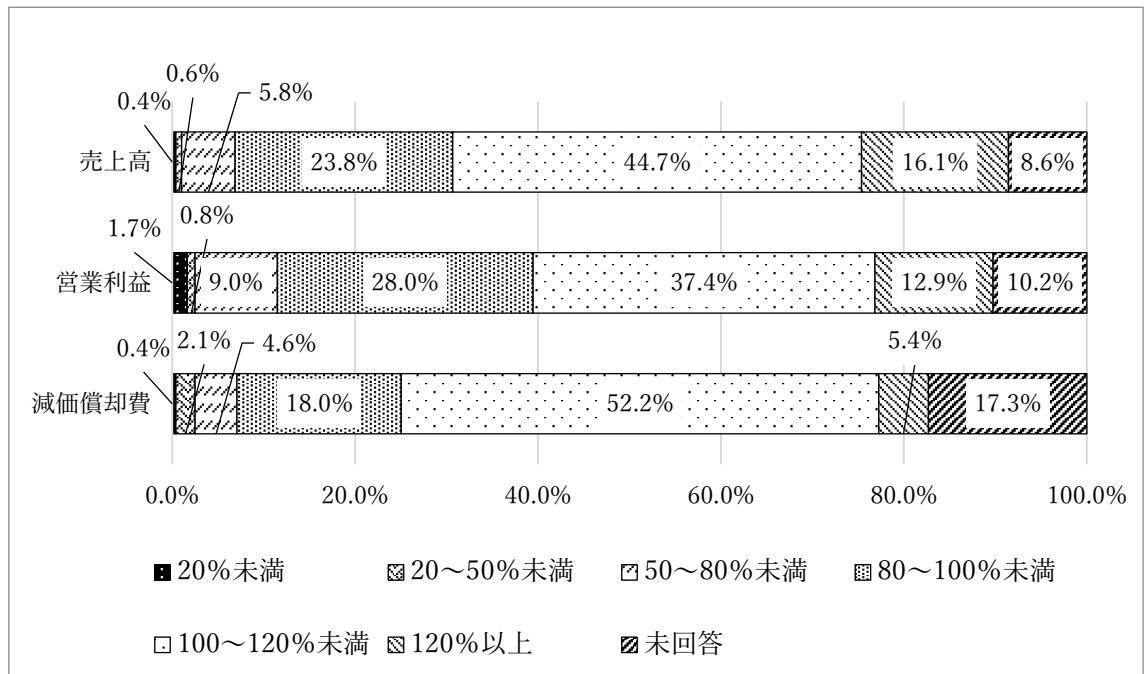
- ①20%未満（1件） ②20～50%未満（3件） ③50～80%未満（23件）
④80～100%未満（154件） ⑤100～120%未満（211件）
⑥120%以上（58件） ※未回答（29件）



※来期の経営状況（階層分け集計グラフ）

今期の経営状況を、下記の通り売上高、営業利益、減価償却費別に階層分けした。

- ①20%未満（2件） ②20~50%未満（3件） ③50~80%未満（28件）
- ④80~100%未満（114件） ⑤100~120%未満（214件）
- ⑥120%以上（77件） ※未回答（41件）



(2) 商工会のエリア別での事業所の経営状況（見通し）について。

商工会のエリア別に事業所の経営状況について、階層別に振り分けてみた。
階層は、前期と比較し今期の状況及び来期の見通しを 20%未満、20～50%未満、50～80%未満、80～100%未満、100～120%未満、120%以上とした。
また、集計対象は売上高と営業利益とする。

商工会のエリア別今期の売上高対比割合

	合 計	2 0 % 未 満	2 0 % 未 満	5 0 % 未 満	8 0 % 未 満	1 1 0 % 未 満	1 1 0 % 未 満	1 2 0 % 未 満	1 2 0 % 未 満	未 回 答
調査数	479	1	3	23	154	211	58	29		
	100.0%	0.2%	0.6%	4.8%	32.2%	44.1%	12.1%	6.1%		
名取・岩沼・亶理	39	1	0	1	9	24	2	2		
	100.0%	2.6%	0.0%	2.6%	23.1%	61.5%	5.1%	5.1%		
仙南広域	61	0	0	1	18	25	12	5		
	100.0%	0.0%	0.0%	1.6%	29.5%	41.0%	19.7%	8.2%		
仙台・北部近郊	62	0	0	3	22	26	9	2		
	100.0%	0.0%	0.0%	4.8%	35.5%	41.9%	14.5%	3.2%		
多賀城・松島	55	0	1	1	20	23	3	7		
	100.0%	0.0%	1.8%	1.8%	36.4%	41.8%	5.5%	12.7%		
加美・大崎	59	0	0	4	22	21	6	6		
	100.0%	0.0%	0.0%	6.8%	37.3%	35.6%	10.2%	10.2%		
涌谷・石巻	64	0	2	4	21	28	8	1		
	100.0%	0.0%	3.1%	6.3%	32.8%	43.8%	12.5%	1.6%		
栗原	50	0	0	3	13	27	6	1		
	100.0%	0.0%	0.0%	6.0%	26.0%	54.0%	12.0%	2.0%		
登米・南三陸・ 気仙沼	78	0	0	5	26	33	11	3		
	100.0%	0.0%	0.0%	6.4%	33.3%	42.3%	14.1%	3.8%		
未回答	11	0	0	1	3	4	1	2		
	100.0%	0.0%	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	9.1%	18.2%		

今期の売上高については、加美・大崎エリアを除き「100～120%未満」に回答が集まった。回答の中心は概ね 40%台前後ではあるが、名取・岩沼・亶理エリアでは他のエリアより高く 61.5%がこのカテゴリに入った。次いで栗原エリアも 54.0%と半数以上の事業所が回答しており、これら両エリアでは売上高が比較的順調な事業所が多いことが窺える。

商工会のエリア別での今期の営業利益対比割合

	合計	20%未満	25%未満	30%未満	35%未満	40%未満	45%未満	50%未満	未回答
	※								
調査数	479	7	10	40	174	161	46	41	
	100.0%	1.5%	2.1%	8.4%	36.3%	33.6%	9.6%	8.6%	
名取・岩沼・亶理	39	2	0	2	12	20	1	2	
	100.0%	5.1%	0.0%	5.1%	30.8%	51.3%	2.6%	5.1%	
仙南広域	61	1	1	4	17	22	9	7	
	100.0%	1.6%	1.6%	6.6%	27.9%	36.1%	14.8%	11.5%	
仙台・北部近郊	62	1	1	3	27	21	6	3	
	100.0%	1.6%	1.6%	4.8%	43.5%	33.9%	9.7%	4.8%	
多賀城・松島	55	0	3	5	17	17	3	10	
	100.0%	0.0%	5.5%	9.1%	30.9%	30.9%	5.5%	18.2%	
加美・大崎	59	1	2	6	23	15	4	8	
	100.0%	1.7%	3.4%	10.2%	39.0%	25.4%	6.8%	13.6%	
涌谷・石巻	64	0	2	7	26	21	6	2	
	100.0%	0.0%	3.1%	10.9%	40.6%	32.8%	9.4%	3.1%	
栗原	50	0	1	4	22	18	4	1	
	100.0%	0.0%	2.0%	8.0%	44.0%	36.0%	8.0%	2.0%	
登米・南三陸・気仙沼	78	1	0	8	27	23	13	6	
	100.0%	1.3%	0.0%	10.3%	34.6%	29.5%	16.7%	7.7%	
未回答	11	1	0	1	3	4	0	2	
	100.0%	9.1%	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	0.0%	18.2%	

今期の営業利益については、「80～100%未満」及び「100～120%未満」に回答が集まった。名取・岩沼・亶理エリア及び仙南広域では「100～120%未満」が最多となり、多賀城・松島エリアでは「80～100%未満」及び「100～120%未満」が同率、その他のエリアでは「80～100%未満」が最多となった。

売上高の今期の見通しと比較すると、営業利益は多少前期よりも落ちている事業所が見受けられる結果となった。

しかし、名取・岩沼・亶理エリアでは、売上高同様特に好調の事業者が多いようで半数以上の51.3%の事業所で「100～120%未満」と回答している。

商工会のエリア別での来期の売上高対比割合

	合計	20%未満	20%～50%未満	50%～80%未満	80%～100%未満	100%以上	未回答	
	※							
調査数	479	2	3	28	114	214	77	41
	100.0%	0.4%	0.6%	5.8%	23.8%	44.7%	16.1%	8.6%
名取・岩沼・亶理	39	1	0	0	8	20	8	2
	100.0%	2.6%	0.0%	0.0%	20.5%	51.3%	20.5%	5.1%
仙南広域	61	0	0	3	15	23	14	6
	100.0%	0.0%	0.0%	4.9%	24.6%	37.7%	23.0%	9.8%
仙台・北部近郊	62	0	0	3	16	28	11	4
	100.0%	0.0%	0.0%	4.8%	25.8%	45.2%	17.7%	6.5%
多賀城・松島	55	1	1	0	15	24	4	10
	100.0%	1.8%	1.8%	0.0%	27.3%	43.6%	7.3%	18.2%
加美・大崎	59	0	0	10	12	24	6	7
	100.0%	0.0%	0.0%	16.9%	20.3%	40.7%	10.2%	11.9%
涌谷・石巻	64	0	1	7	16	29	9	2
	100.0%	0.0%	1.6%	10.9%	25.0%	45.3%	14.1%	3.1%
栗原	50	0	0	2	13	25	8	2
	100.0%	0.0%	0.0%	4.0%	26.0%	50.0%	16.0%	4.0%
登米・南三陸・気仙沼	78	0	1	2	16	37	16	6
	100.0%	0.0%	1.3%	2.6%	20.5%	47.4%	20.5%	7.7%
未回答	11	0	0	1	3	4	1	2
	100.0%	0.0%	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	9.1%	18.2%

来期の売上高の見通しでは、全エリアで「100～120%未満」が最多となり、相対的に今期よりも上向く傾向となった。中でも、名取・岩沼・亶理エリアや栗原エリアの事業所では、回答率がいずれも50%以上となった。

しかし、仙南エリアでは最多の回答が「100～120%未満」となりつつもその割合は37.7%と、他のエリアと比較して多少低い割合となった。

商工会のエリア別での来期の営業利益対比割合

	合計	20%未満	25%未満	30%未満	35%未満	40%未満	45%未満	50%未満	未回答
	※								
調査数	479	8	4	43	134	179	62	49	
	100.0%	1.7%	0.8%	9.0%	28.0%	37.4%	12.9%	10.2%	
名取・岩沼・亶理	39	2	0	0	12	19	4	2	
	100.0%	5.1%	0.0%	0.0%	30.8%	48.7%	10.3%	5.1%	
仙南広域	61	2	1	7	13	18	12	8	
	100.0%	3.3%	1.6%	11.5%	21.3%	29.5%	19.7%	13.1%	
仙台・北部近郊	62	0	0	6	18	26	8	4	
	100.0%	0.0%	0.0%	9.7%	29.0%	41.9%	12.9%	6.5%	
多賀城・松島	55	0	1	3	13	22	3	13	
	100.0%	0.0%	1.8%	5.5%	23.6%	40.0%	5.5%	23.6%	
加美・大崎	59	1	1	9	15	20	5	8	
	100.0%	1.7%	1.7%	15.3%	25.4%	33.9%	8.5%	13.6%	
涌谷・石巻	64	1	0	9	20	24	7	3	
	100.0%	1.6%	0.0%	14.1%	31.3%	37.5%	10.9%	4.7%	
栗原	50	0	0	5	19	17	7	2	
	100.0%	0.0%	0.0%	10.0%	38.0%	34.0%	14.0%	4.0%	
登米・南三陸・気仙沼	78	1	1	3	21	29	16	7	
	100.0%	1.3%	1.3%	3.8%	26.9%	37.2%	20.5%	9.0%	
未回答	11	1	0	1	3	4	0	2	
	100.0%	9.1%	0.0%	9.1%	27.3%	36.4%	0.0%	18.2%	

来期の営業利益については、「100～120%未満」に回答が多く集まったが、栗原エリアについては「80～100%未満」が最多となり、売上高は好調であるが利益面では、多少落ち込む様相である。

全体的に、売上高の面では引き続き好調である事業所が多いとみられるが、利益面では、売上高程好調とはいかないようである。

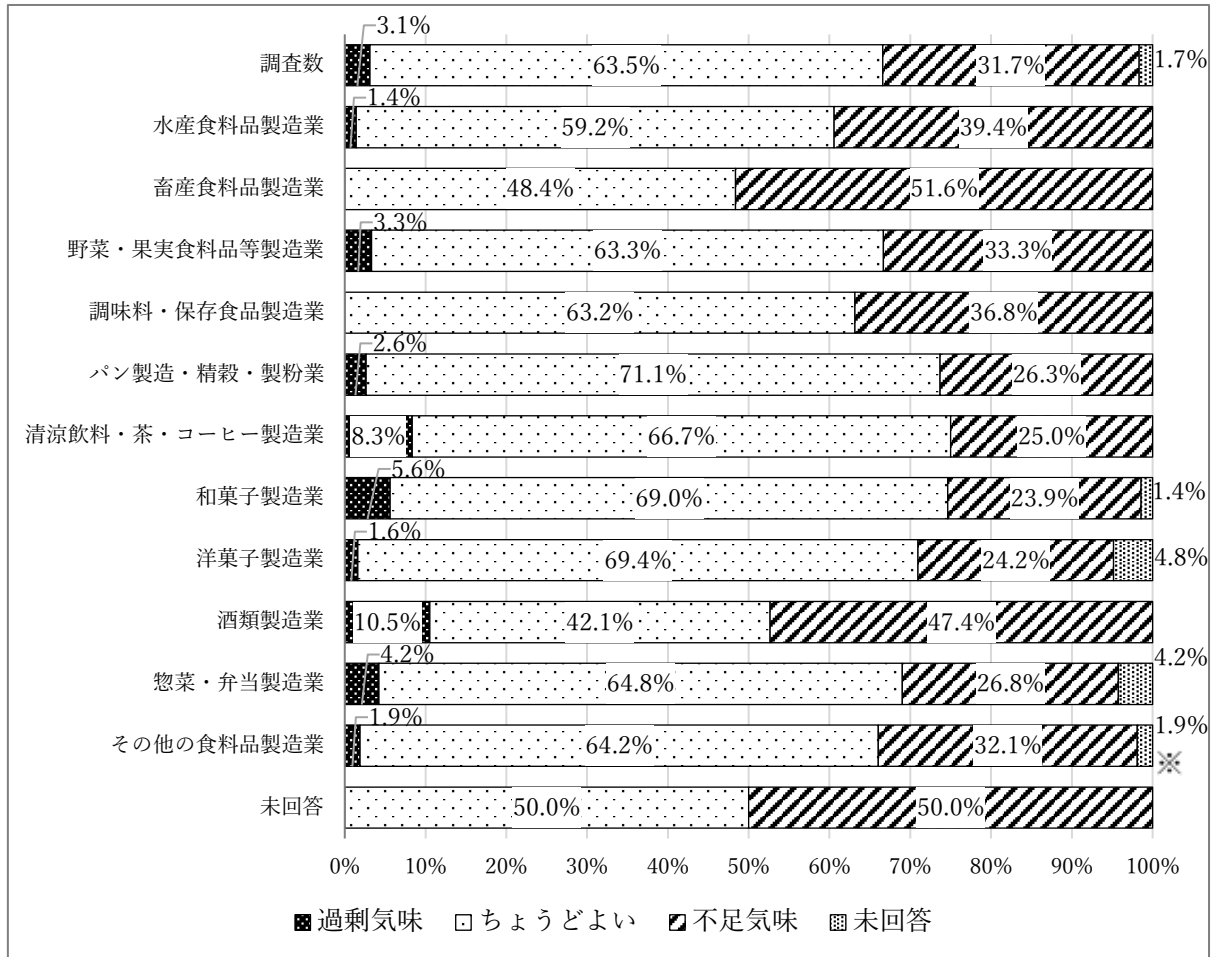
II. 経営環境の変化による経営への影響

(1) 雇用と人材について

問1. 業種別従業員の過不足について。

①過剰気味 (15件) ②ちょうどよい (304件) ③不足気味 (152件)

※未回答 (8件)



従業員過不足については、全体で「過剰気味」はかなり少なく3.1%に留まり、概ね「ちょうどよい」が最多の63.5%、「不足気味」は31.7%となった。

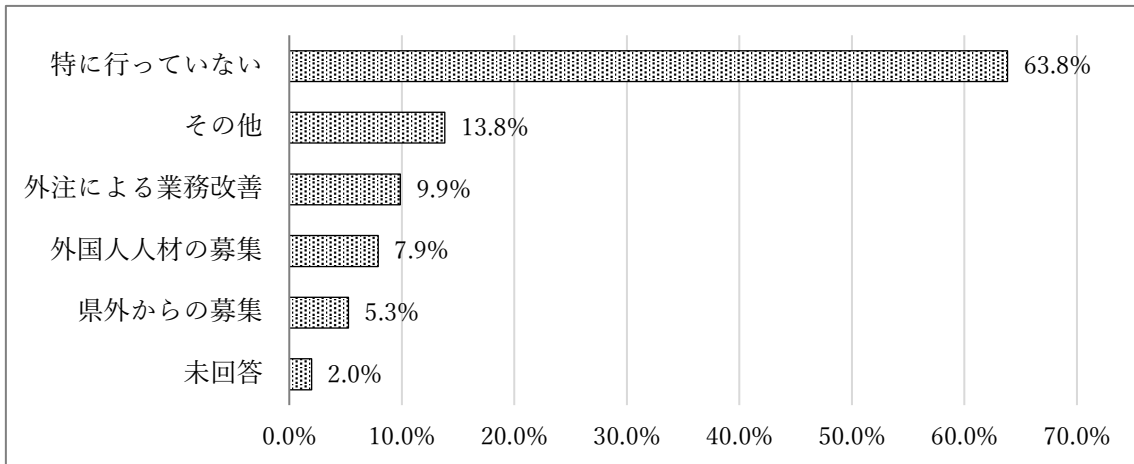
業種別でみた場合の「不足気味」は畜産食料品製造業の51.6%、酒類製造業の47.4%等が上げられた。

問1-1. 問1で「不足気味」と回答した方の人材不足対策について。(複数回答)

- ①県外からの募集 (8件) ②外国人人材の募集 (12件)
- ③外注による業務改善 (15件) ④特に行っていない (97件)
- ⑤その他 (21件) ※未回答 (3件)

その他の回答

- ・ハローワークで募集中
- ・学生等のアルバイトを募集
- ・求人媒体の活用
- ・事業再編
- ・販売先の近隣市場を強化
- 等

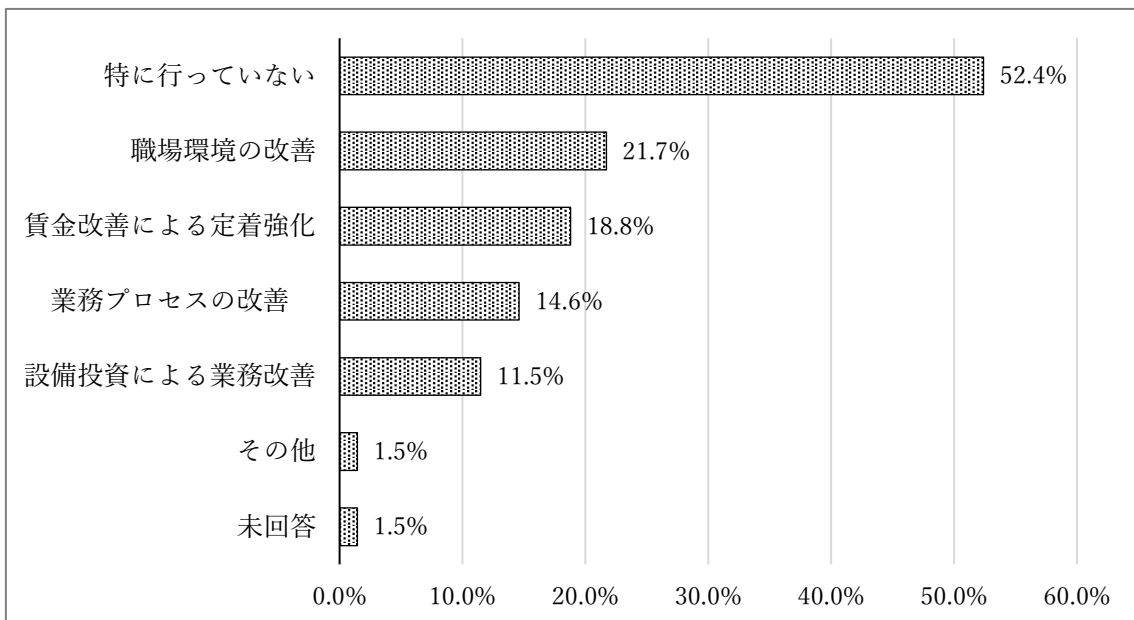


問1—2. 人材確保対策の取り組みについて。(複数回答)

- ①職場環境の改善 (104件) ②業務プロセスの改善 (70件)
 ③設備投資による業務改善 (55件) ④賃金改善による定着強化 (90件)
 ⑤特に行っていない (251件) ⑥その他 (7件) ※未回答 (7件)

その他の回答

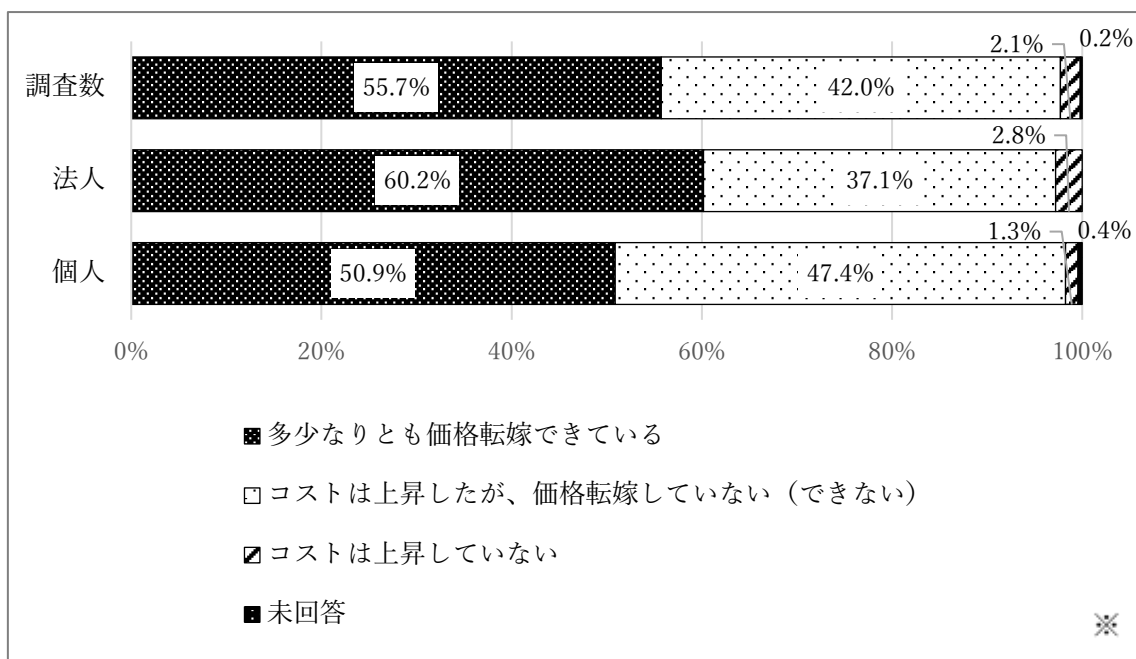
- ・業務委託 ・技能実習生の受入れ人数増加 ・支払い賃金に見合う人材の確保
- ・新規や売上販路拡大、新規出店の検討



（２）原材料費・エネルギー価格の高騰について

問２．事業形態別での原材料費・エネルギー価格の高騰、賃金上昇に伴うコスト上昇分の販売価格への転嫁について。

- ①多少なりとも価格転嫁できている（267件）
- ②コストは上昇したが、価格転嫁していない（できていない）（201件）
- ③コストは上昇していない（10件）
- ※未回答（1件）



原材料費・エネルギー価格の高騰に、賃金の上昇に伴うコスト上昇分の販売価格への転嫁については、全体では 55.7%が「多少なりとも価格転嫁はできている」と回答し「コストは上昇したが、価格転嫁していない（できていない）」は 42.0%となった。

これを事業形態別で見ると、法人では 60.2%が「多少なりとも価格転嫁はできている」との回答し、個人事業者は 50.9%となった。

法人と比較すると個人事業所は多少価格転嫁しにくい面が見られたが、いずれにしても半数以上の事業所において原材料費・エネルギー価格の高騰、賃金の上昇に伴うコスト上昇分の販売価格に転嫁されているようである。

また、「コストは上昇したが、価格転嫁していない」との回答は、法人で 37.1%、個人事業所では 47.4%となり、個人事業所は価格転嫁が難しいようである。

【参考】今期の売上状況・営業利益を用いた追加分析

参考1. 今期の売上状況別での原材料やエネルギー価格の高騰、最低賃金の上昇に伴うコスト上昇分の販売価格への転嫁について。

	合計 ※	転嫁 でき てい る 価 格	多 少 な り と も 価 格 転 嫁 し て い ない （ で き な い ）	な が コ ス ト は 上 昇 し た が 価 格 転 嫁 し て い ない （ で き な い ）	い コ ス ト は 上 昇 し て い ない	未 回 答
調査数	479	267	201	10	1	
	100.0%	55.7%	42.0%	2.1%	0.2%	
20%未満	1	0	1	0	0	
	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	
20～50%未満	3	1	2	0	0	
	100.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	
50～80%未満	23	6	15	2	0	
	100.0%	26.1%	65.2%	8.7%	0.0%	
80～100%未満	154	79	70	5	0	
	100.0%	51.3%	45.5%	3.2%	0.0%	
100～120%未満	211	128	82	1	0	
	100.0%	60.7%	38.9%	0.5%	0.0%	
120%以上	58	41	16	1	0	
	100.0%	70.7%	27.6%	1.7%	0.0%	
未回答	29	12	15	1	1	
	100.0%	41.4%	51.7%	3.4%	3.4%	

価格転嫁の状況は全体では「多少なりとも価格転嫁できている」が55.7%、「コストは上昇したが価格転嫁していない（できない）」が42.0%と、多少、価格転嫁できている事業所が多くみられた。売上状況別でみると、前期の売上に対し「80～100%未満」の事業所から「120%以上」の事業所にかけて「価格転嫁できている」割合が逡増している傾向がみられた。

参考2. 今期の営業利益別での原材料やエネルギー価格の高騰、最低賃金の上昇に伴うコスト上昇分の販売価格への転嫁について。

	合計 ※	転嫁 でき て い る 価 格	多 少 な り と も 価 格	な い （ で き な い ）	が コ ス ト は 上 昇 し た い	い コ ス ト は 上 昇 し て	未 回 答
調査数	479 100.0%	267 55.7%	201 42.0%	10 2.1%	1 0.2%		
20%未満	7 100.0%	1 14.3%	5 71.4%	1 14.3%	0 0.0%		
20～50%未満	10 100.0%	4 40.0%	5 50.0%	1 10.0%	0 0.0%		
50～80%未満	40 100.0%	11 27.5%	28 70.0%	1 2.5%	0 0.0%		
80～100%未満	174 100.0%	87 50.0%	83 47.7%	4 2.3%	0 0.0%		
100～120%未満	161 100.0%	108 67.1%	51 31.7%	2 1.2%	0 0.0%		
120%以上	46 100.0%	35 76.1%	11 23.9%	0 0.0%	0 0.0%		
未回答	41 100.0%	21 51.2%	18 43.9%	1 2.4%	1 2.4%		

価格転嫁の営業利益の状況を階層別にみると、売上の状況別と同様に前期の営業利益に対し「80～100%未満」の事業所から「120%以上」の事業所にかけて「価格転嫁できている」割合が逡増している傾向がみられた。

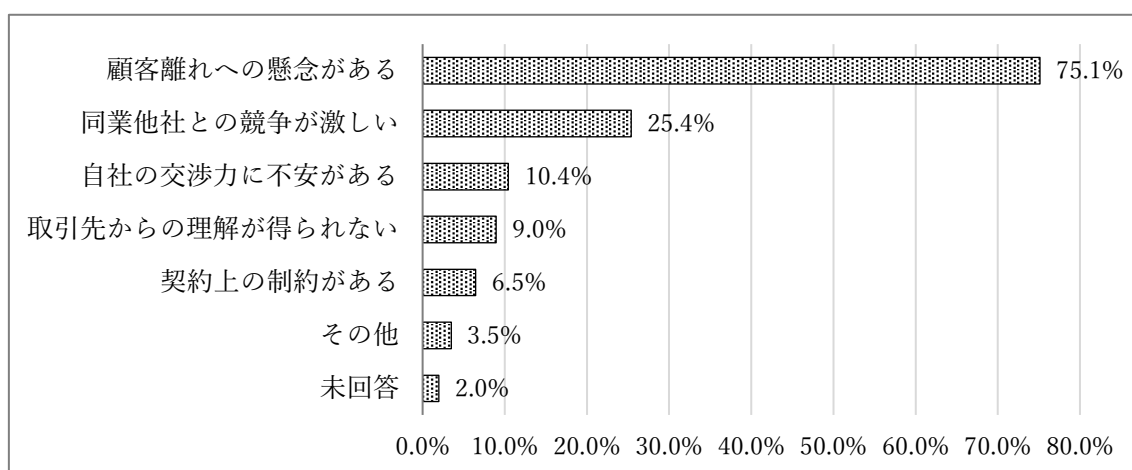
中でも、営業利益が「100～120%未満」「120%以上」の事業所では、売上高の前期比と比較して「価格転嫁できている」事業所の割合が高くなっていることが特徴的で、市場環境に適応した事業所は営業利益を伸ばしていることが窺える。

問2—1. 問2で「コストは上昇したが、価格転嫁していない（できていない）」と回答された方の価格転嫁が困難な理由について。（複数回答）

- ①取引先からの理解が得られない（18件） ②顧客離れへの懸念がある（151件）
- ③同業他社との競争が激しい（51件） ④契約上の制約がある（13件）
- ⑤自社の交渉力に不安がある（21件） ⑥その他（7件） ※未回答（4件）

その他の回答

- ・ 開店時から顧客の付き合いがある
 - ・ 漁協に納めているため同業者がまとまって動かないとできない
 - ・ 果物の不作により販売数が減る
 - ・ 人件費、原材料、他の高騰が毎年あり事務整理を含め追いつかない
 - ・ 納品停止になる
- 等



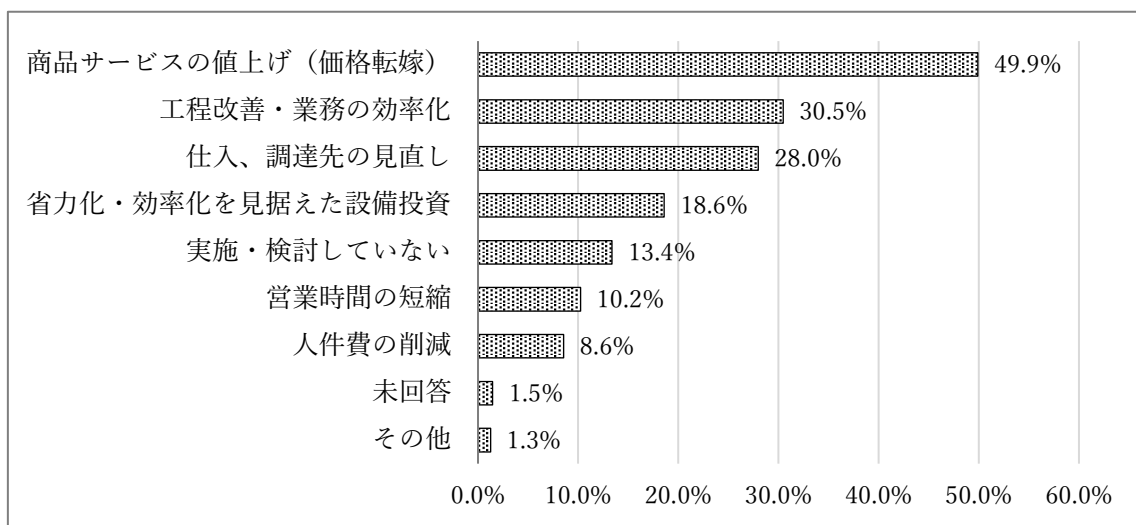
価格転嫁ができない理由としては、「顧客離れへの懸念がある」が最多となり、75.1%と大勢を占める結果となった。次いで、「同業他社との競争が激しい」の25.4%が主な理由となり、事業所の利益構造に影響がでていることが窺える。

問 2—2. 原材料・エネルギー高騰の対策として現在実施している、または検討中の取組について。（複数回答）

- ①営業時間の短縮（49 件） ②省力化・効率化を見据えた設備投資（89 件）
- ③仕入、調達先の見直し（134 件） ④工程改善・業務の効率化（146 件）
- ⑤人件費の削減（41 件） ⑥商品サービスの値上げ（価格転嫁）（239 件）
- ⑦実施・検討していない（64 件） ⑧その他（6 件） ※未回答（7 件）

その他の回答

・ 仕入れ方法、状況の見直し ・ 売上販路拡大 ・ 過剰在庫の見直し



原材料・エネルギー高騰の対策として現在実施している、または検討中の取組については、「商品サービスの値上げ（価格転嫁）」が最多の 49.9%、次いで「工程改善・業務の効率化」30.5%、「仕入・調達先の見直し」28.0%等がみられた。

【参考】今期の売上状況・営業利益を用いた追加分析

参考1. 今期の売上状況別での原材料・エネルギー価格高騰の対策として現在実施している、または検討中の取組について。（複数回答）

	合計	営業時間の短縮	設備投資	省力化・効率化を見据えた	仕入、調達先の見直し	工程改善・業務の効率化	人件費の削減	（商品サービスの値上げ 価格転嫁）	実施・検討していない	その他	未回答
調査数	479	49	89	134	146	41	239	64	6	7	
	100.0%	10.2%	18.6%	28.0%	30.5%	8.6%	49.9%	13.4%	1.3%	1.5%	
20%未満	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
20～50%未満	3	0	0	2	0	1	1	0	0	0	
	100.0%	0.0%	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	
50～80%未満	23	8	4	8	6	2	6	0	1	0	
	100.0%	34.8%	17.4%	34.8%	26.1%	8.7%	26.1%	0.0%	4.3%	0.0%	
80～100%未満	154	15	20	33	46	14	76	26	2	2	
	100.0%	9.7%	13.0%	21.4%	29.9%	9.1%	49.4%	16.9%	1.3%	1.3%	
100～120%未満	211	19	51	61	65	16	115	29	3	2	
	100.0%	9.0%	24.2%	28.9%	30.8%	7.6%	54.5%	13.7%	1.4%	0.9%	
120%以上	58	4	12	21	22	6	31	5	0	0	
	100.0%	6.9%	20.7%	36.2%	37.9%	10.3%	53.4%	8.6%	0.0%	0.0%	
未回答	29	3	2	8	7	2	10	4	0	3	
	100.0%	10.3%	6.9%	27.6%	24.1%	6.9%	34.5%	13.8%	0.0%	10.3%	

原材料・エネルギー価格高騰の対策として取り組んでいる、または検討中の取組としては、全体では「商品サービスの値上げ（価格転嫁）」が49.9%と最多となった。それを除いて売上状況別にみると、どの階層でも「工程改善・業務の効率化」「仕入、調達先の見直し」が上げられたが、売上状況が前期比で「100～120%未満」「120%以上」の事業所では、「省力化・効率化を見据えた設備投資」の回答割合が20%以上と他の階層よりも若干ではあるが、高い割合となった点が特徴的である。

参考2. 今期の営業利益別での原材料・エネルギー価格高騰の対策として現在実施している、または検討中の取組について。（複数回答）

	合計	営業時間の短縮	設備投資・効率化を見据えた	仕入、調達先の見直し	工程改善・業務の効率化	人件費の削減	（商品サービスの値上げ 価格転嫁）	実施・検討していない	その他	未回答
調査数	479	51	90	135	147	41	244	64	6	7
	100.0%	10.6%	18.8%	28.2%	30.7%	8.6%	50.9%	13.4%	1.3%	1.5%
20%未満	7	2	1	2	1	0	5	0	0	0
	100.0%	28.6%	14.3%	28.6%	14.3%	0.0%	71.4%	0.0%	0.0%	0.0%
20～50%未満	10	0	0	2	0	1	1	0	0	0
	100.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	10.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%
50～80%未満	40	8	4	8	6	2	6	0	1	0
	100.0%	20.0%	10.0%	20.0%	15.0%	5.0%	15.0%	0.0%	2.5%	0.0%
80～100%未満	174	15	20	33	46	14	76	26	2	2
	100.0%	8.6%	11.5%	19.0%	26.4%	8.0%	43.7%	14.9%	1.1%	1.1%
100～120%未満	161	19	51	61	65	16	115	29	3	2
	100.0%	11.8%	31.7%	37.9%	40.4%	9.9%	71.4%	18.0%	1.9%	1.2%
120%以上	46	4	12	21	22	6	31	5	0	0
	100.0%	8.7%	26.1%	45.7%	47.8%	13.0%	67.4%	10.9%	0.0%	0.0%
未回答	41	3	2	8	7	2	10	4	0	3
	100.0%	7.3%	4.9%	19.5%	17.1%	4.9%	24.4%	9.8%	0.0%	7.3%

原材料・エネルギー価格高騰の対策として取り組んでいる、または検討中の取組を「商品サービスの値上げ（価格転嫁）」を除いて営業利益の状況を階層別にみると、売上高の状況と全く同様で、どの階層でも「工程改善・業務の効率化」「仕入、調達先の見直し」が上げられたが、営業利益が前期比で「100～120%未満」「120%以上」の事業所では、「省力化・効率化を見据えた設備投資」の回答割合が25%以上と他の階層よりも高い割合となった。

- (3) 米国の関税措置に伴う事業への影響について（相互関税は15%、自動車15%、鉄鋼・アルミは今後再交渉米国産のコメ・農産物、自動車の輸入拡大等。その他合意条件あり。）

問3. 業種別米国の関税措置に伴う事業への影響について。（複数回答）

- ①原材料・部材、物流コストの上昇で販売価格の値上げが懸念される（173件）
- ②仕入ルート、サプライチェーンの変更が懸念される（20件）
- ③仕入先からの取引条件の変更（仕入単位や仕入納期等）が懸念される（56件）
- ④原材料・部材の品質の低下が懸念される（17件）
- ⑤米国市場での事業戦略の見直しが懸念される（4件）
- ⑥特に影響はない（143件）
- ⑦わからない（129件）
- ⑧その他（1件）
- ※未回答（10件）

その他の回答

・日本食スーパーに輸出していたがストップした

製造業（食品）に係る経営実態調査

	合計	の原材料・部材、物流コストの値上げが懸念される	原材料の値上げが懸念される	仕入れの増減（仕入れ単価）が懸念される	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条	仕入れの先からの単価引条
調査数	479	173	20	56	17	4	143	129	1	10			
	100.0%	36.1%	4.2%	11.7%	3.5%	0.8%	29.9%	26.9%	0.2%	2.1%			
水産食料品製造業	71	30	5	1	2	1	19	20	0	0			
	100.0%	42.3%	7.0%	1.4%	2.8%	1.4%	26.8%	28.2%	0.0%	0.0%			
畜産食料品製造業	31	10	4	8	3	1	9	8	0	0			
	100.0%	32.3%	12.9%	25.8%	9.7%	3.2%	29.0%	25.8%	0.0%	0.0%			
野菜・果実食料品等製造業	30	11	3	7	0	0	10	2	0	0			
	100.0%	36.7%	10.0%	23.3%	0.0%	0.0%	33.3%	6.7%	0.0%	0.0%			
調味料・保存食品製造業	19	7	2	1	0	0	4	6	0	1			
	100.0%	36.8%	10.5%	5.3%	0.0%	0.0%	21.1%	31.6%	0.0%	5.3%			
パン製造・精穀・製粉業	38	17	0	8	1	0	8	8	0	1			
	100.0%	44.7%	0.0%	21.1%	2.6%	0.0%	21.1%	21.1%	0.0%	2.6%			
清涼飲料・茶・コーヒー製造業	12	6	2	2	0	0	4	3	0	0			
	100.0%	50.0%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%	25.0%	0.0%	0.0%			
和菓子製造業	71	26	1	13	4	0	17	24	1	2			
	100.0%	36.6%	1.4%	18.3%	5.6%	0.0%	23.9%	33.8%	1.4%	2.8%			
洋菓子製造業	62	26	1	2	1	0	17	19	0	2			
	100.0%	41.9%	1.6%	3.2%	1.6%	0.0%	27.4%	30.6%	0.0%	3.2%			
酒類製造業	19	8	0	5	0	1	8	0	0	0			
	100.0%	42.1%	0.0%	26.3%	0.0%	5.3%	42.1%	0.0%	0.0%	0.0%			
惣菜・弁当製造業	71	21	2	5	1	0	24	21	0	3			
	100.0%	29.6%	2.8%	7.0%	1.4%	0.0%	33.8%	29.6%	0.0%	4.2%			
その他の食料品製造業	53	11	0	4	5	1	23	16	0	1			
	100.0%	20.8%	0.0%	7.5%	9.4%	1.9%	43.4%	30.2%	0.0%	1.9%			
未回答	2	0	0	0	0	0	0	2	0	0			
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%			

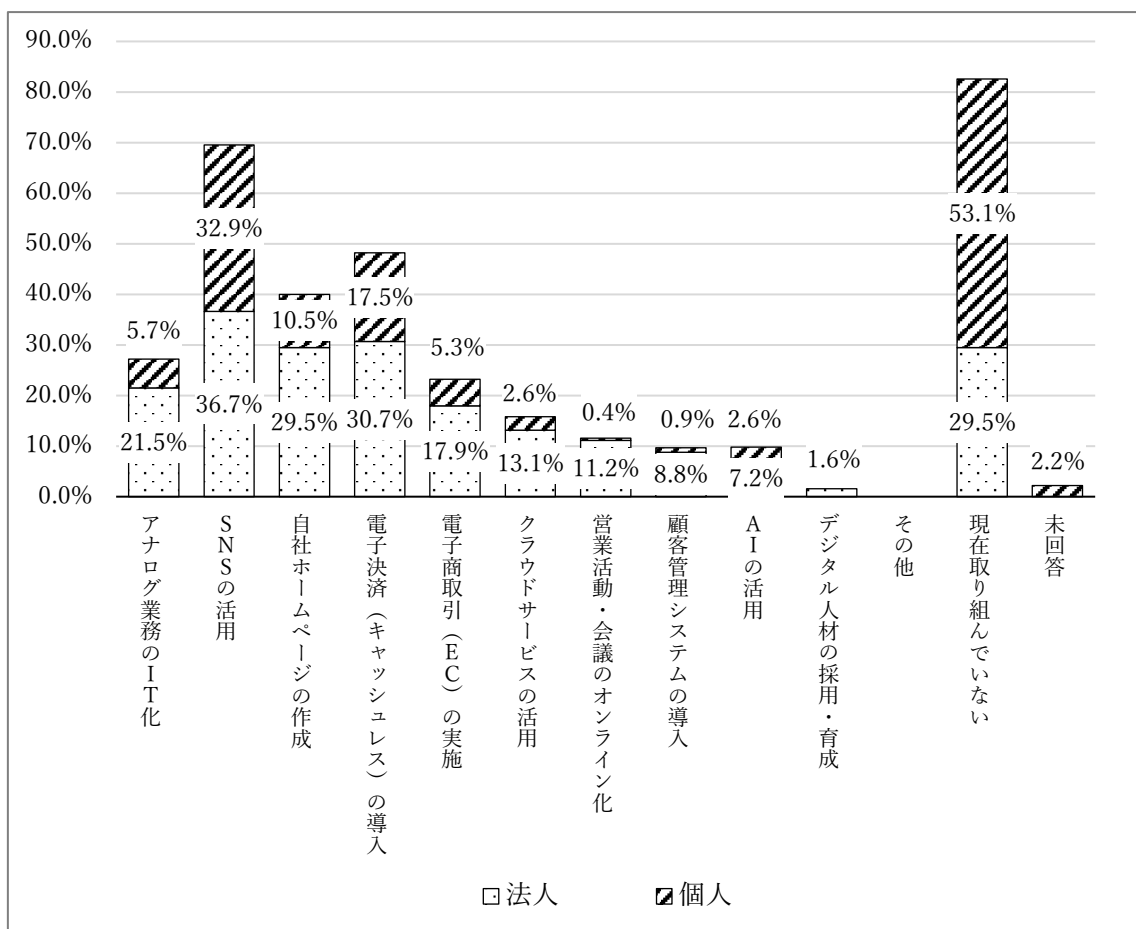
関税の影響については、全体として「原材料・部材、物流コストの上昇で販売価格の値上げが懸念される」36.1%、「特に影響はない」29.9%、「わからない」26.9%が主な結果となった。

業種別でも大局は同様の傾向とみられる。

（４）DX（デジタルトランスフォーメーション）推進について

問４．事業形態別での現在取り組んでいるDXの内容について（複数回答）

- ①アナログ業務のIT化（67件）
 - ②SNSの活用（167件）
 - ③自社ホームページの作成（98件）
 - ④電子決済（キャッシュレス）の導入（117件）
 - ⑤電子商取引（EC）の実施（57件）
 - ⑥クラウドサービスの活用（39件）
 - ⑦営業活動・会議のオンライン化（29件）
 - ⑧顧客管理システムの導入（24件）
 - ⑨AIの活用（24件）
 - ⑩デジタル人材の採用・育成（4件）
 - ⑪その他（0件）
 - ⑫現在取り組んでいない（195件）
- ※未回答（5件）



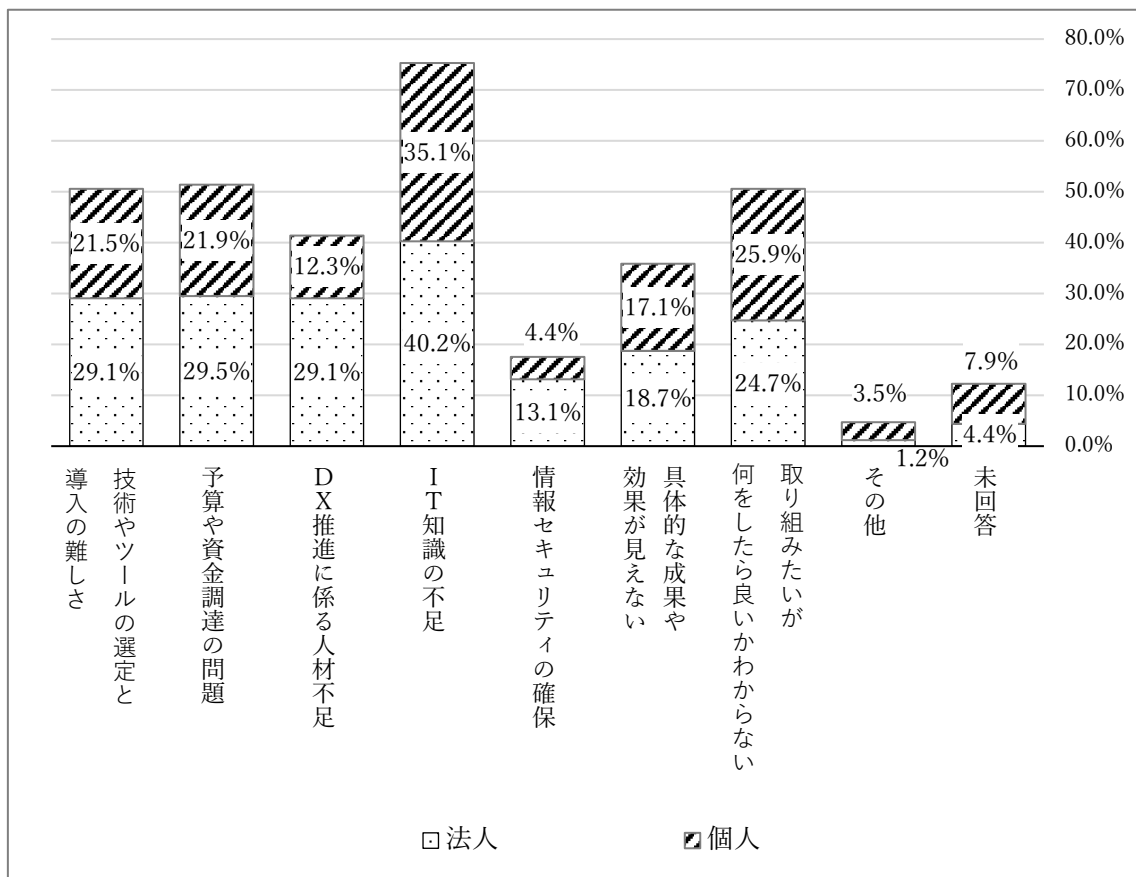
事業形態別で見ると、法人では「SNSの活用」36.7%、「電子決済（キャッシュレス）の導入」30.7%、「自社ホームページの作成」29.5%、「現在取り組んでいない」29.5%「アナログ業務のIT化」21.5%等が上げられ、個人事業所では「現在取り組んでいない」が53.1%と半数以上が回答し、取り組んでいる内容としては「SNSの活用」の32.9%等となり、法人と個人事業所の取り組みについては違いがみられた。

問4-1. 事業形態別でのDX推進に取り組む際の課題について。（複数回答）

- ①技術やツールの選定と導入の難しさ（122件）
- ②予算や資金調達の問題（124件）
- ③DX推進に係る人材不足（101件）
- ④IT知識の不足（181件）
- ⑤情報セキュリティの確保（43件）
- ⑥具体的な成果や効果が見えない（86件）
- ⑦取り組みたいが何をしたら良いかわからない（121件）
- ⑧その他（11件）
- ※未回答（29件）

その他の回答

・対応する時間がない ・管理している場所がwifiを入れていない



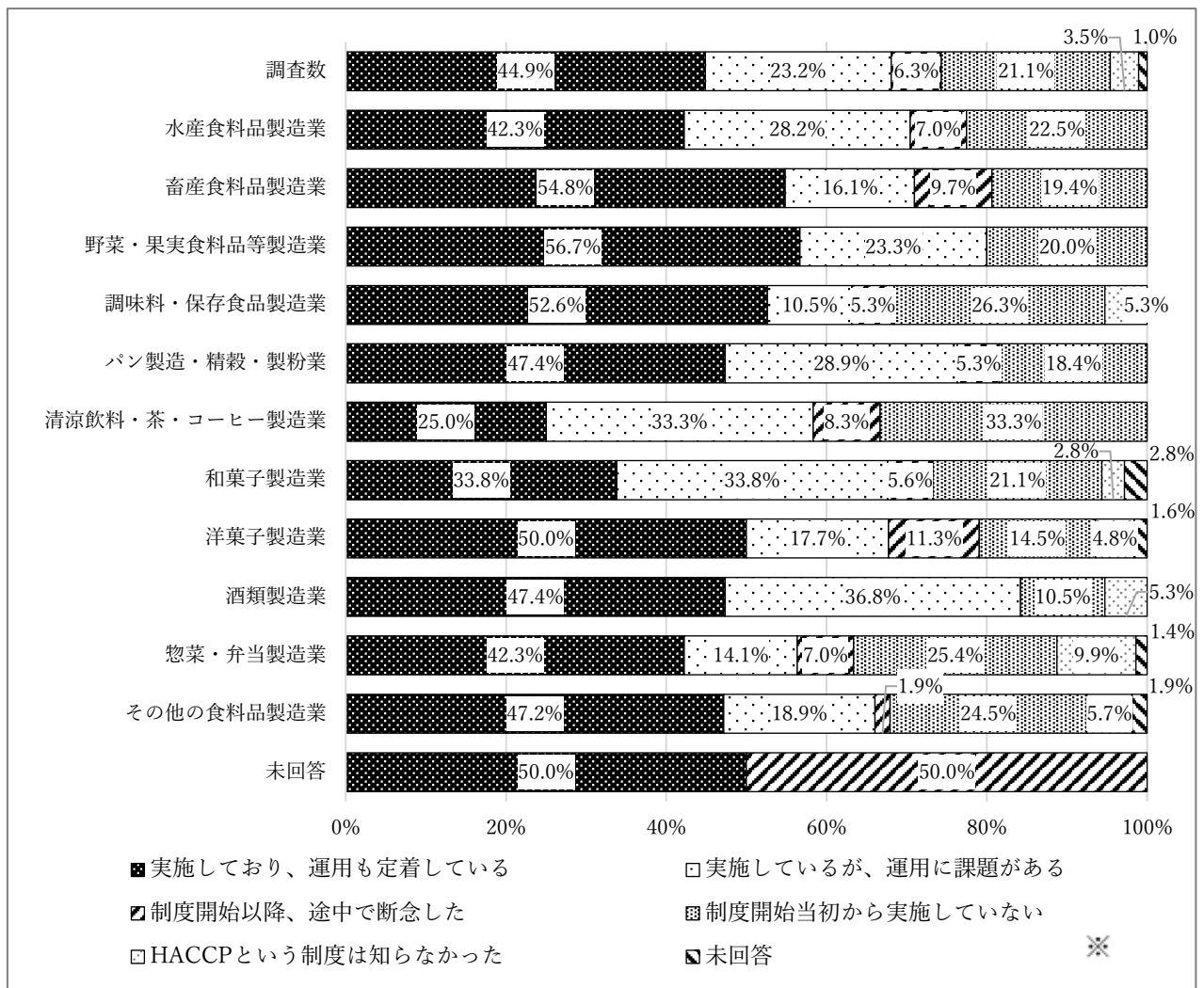
DX推進に取り組む際の課題について事業形態別で見ると、「IT知識不足」が法人個人事業所ともに最多なり法人40.2%、個人事業所35.1%となった。次いで「予算や資金調達の問題」法人29.5%、個人事業所21.9%、「技術やツール選定と導入の難しさ」法人29.1%、個人事業所21.5%等が上げられた。また、「取り組みたいが何をしたらよいかかわからない」は法人24.7%、個人事業所25.9%とほぼ同様の比率となった。

(5) 衛生管理について

問5. 業種別HACCPに沿った衛生管理の実施について。

※1 HACCP（ハサップ）とは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。

- ①実施しており、運用も定着している（215 件）
- ②実施しているが、運用に課題がある（111 件）
- ③制度開始以降、途中で断念した（30 件）
- ④制度開始当初から実施していない（101 件）
- ⑤HACCP という制度は知らなかった（17 件） ※未回答（5 件）

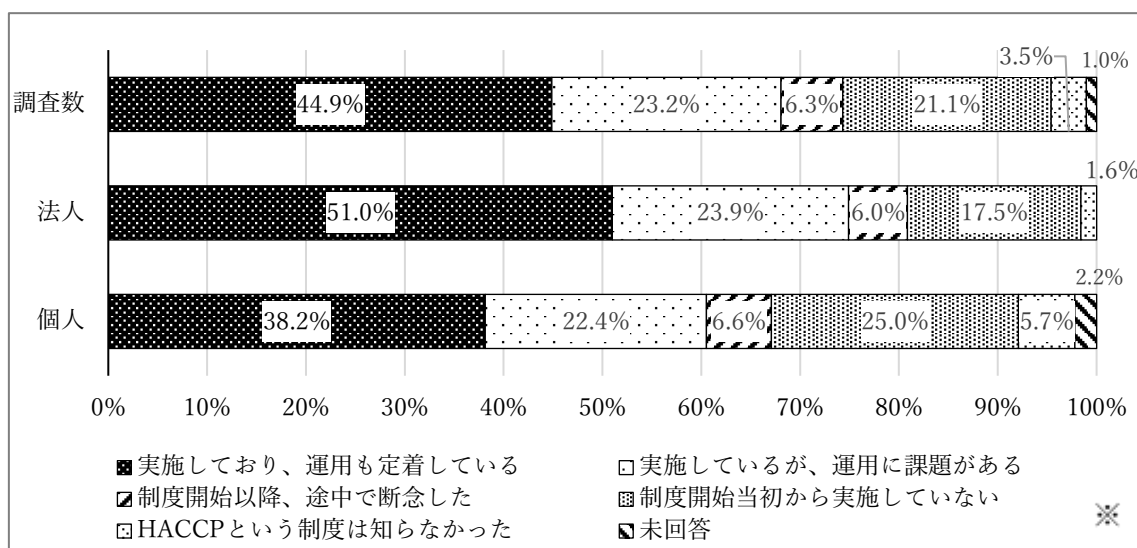


HACCPに沿った衛生管理の実施について業種別にみると、「畜産食料品製造業」「野菜・果実食料品製造業」「調味料・保存食料品製造業」「洋菓子製造業」においては、いずれも「実施しており、運用も定着している」との回答が50%以上と半数以上の事業所が回答した。

その他では、「清涼飲料・茶・コーヒー製造業」「和菓子製造業」を除き、導入状況が40%以上となっており比較的定着しているように見受けられる。しかし、課題も多いようで「実施しているが、運用に課題がある」が「水産食料品製造業」「パン製造・精穀・製粉業」「和菓子製造業」「酒類製造業」等は相対的に高い割合となっている。また、「制度開始当初から実施していない」との回答は、「清涼飲料・茶・コーヒー製造業」「調味料・保存食品製造業」「惣菜・弁当製造業」等で多くみられた。

問5（つづき）. 事業形態別HACCPに沿った衛生管理の実施について。

次に、事業形態別にHACCPに沿った衛生管理の実施についてみると、法人は「実施しており、運用も定着している」が51.0%、個人事業所は38.2%と導入実績には差がみられた。また、「実施しているが、運用に課題がある」では法人23.9%、個人事業所22.4%とこちらはあまり差がなく、「制度開始当初から実施していない」では法人17.5%、個人事業所25.0%となり、法人の導入率の方が高いことが分かる。

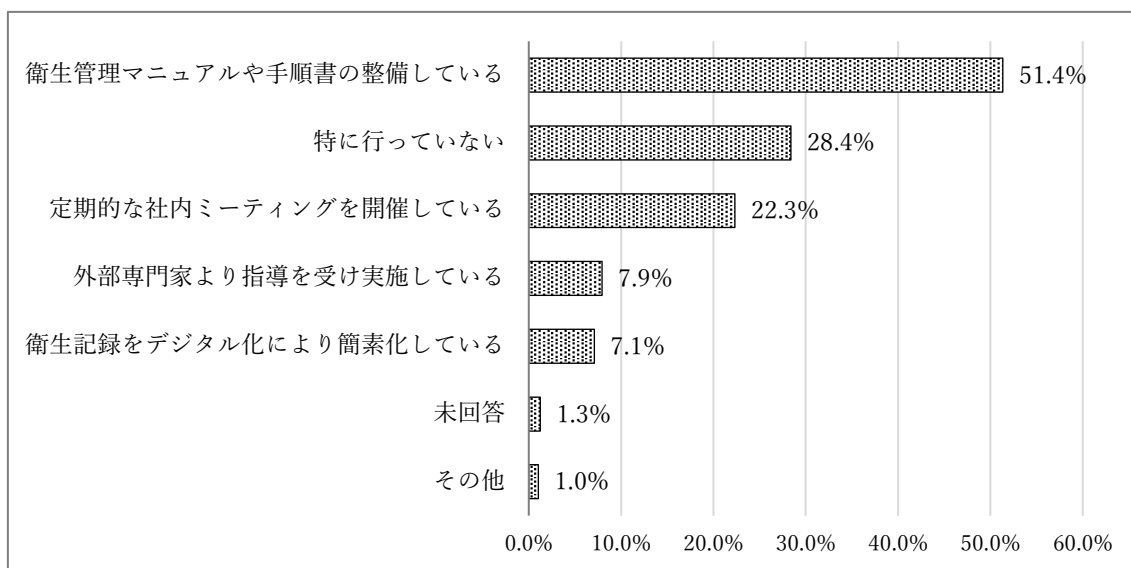


問5—1. 現在実施している衛生管理の取組について。（複数回答）

- ①衛生管理マニュアルや手順書の整備している（246件）
- ②衛生記録をデジタル化により簡素化している（34件）
- ③衛生管理の外部専門家より指導を受け実施している（38件）
- ④衛生管理に関する定期的な社内ミーティングを開催している（107件）
- ⑤特に行っていない（136件）
- ⑥その他（5件）
- ※未回答（6件）

その他の回答

- ・2021年FSSC22000認証を取得しておりそのシステムを運用している
- ・できる範囲で衛生面に気をつけている
- ・保健所のHACCPの用紙に記録している



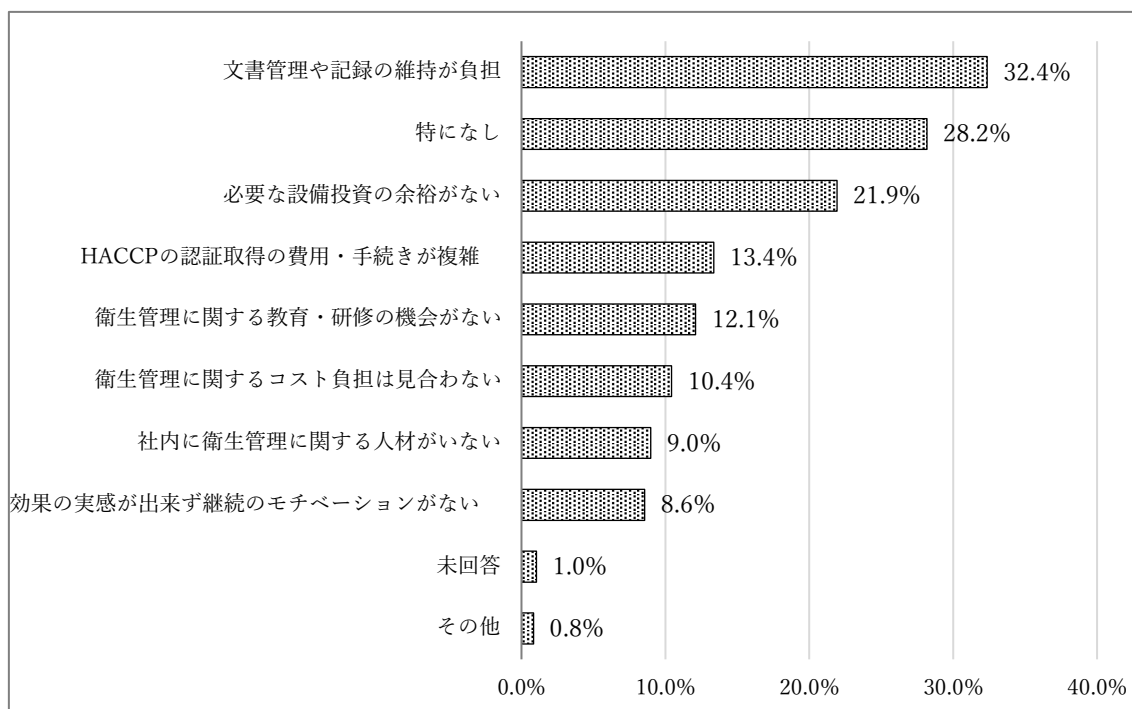
現在実施している衛生管理の取組については、「衛生管理マニュアルや手順書の整備をしている」が 51.4%と半数以上の事業所が回答した。次いで「特に行っていない」28.4%、「衛生管理に関する定期的な社内ミーティングを開催している」22.3%等となった。一方、「衛生管理の外部専門家より指導を受け実施している」や「衛生記録をデジタル化により簡素化している」等、高度な衛生管理については共に 7%台と低かった。

問 5—2. 衛生管理の実施・運用にあたっての課題について。（複数回答）

- ①社内に衛生管理に関する人材がいない（43 件）
- ②文書管理や記録の維持が負担（155 件）
- ③衛生管理に関する教育・研修の機会がない（58 件）
- ④必要な設備投資の余裕がない（105 件）
- ⑤HACCP の認証取得の費用・手続きが複雑（64 件）
- ⑥効果の実感が出来ず継続のモチベーションがない（41 件）
- ⑦衛生管理に関するコスト負担は見合わない（50 件）
- ⑧特になし（155 件） ⑨その他（4 件） ※未回答（5 件）

その他の回答

- ・時間がたりない（通常業務が増え負担が大きい）
- ・自分の常識の範囲で衛生管理を行っている
- ・食品安全の運用に必要な人材の増員と組織的教育機会を一層強化する
- ・当店の合う手引き等がない

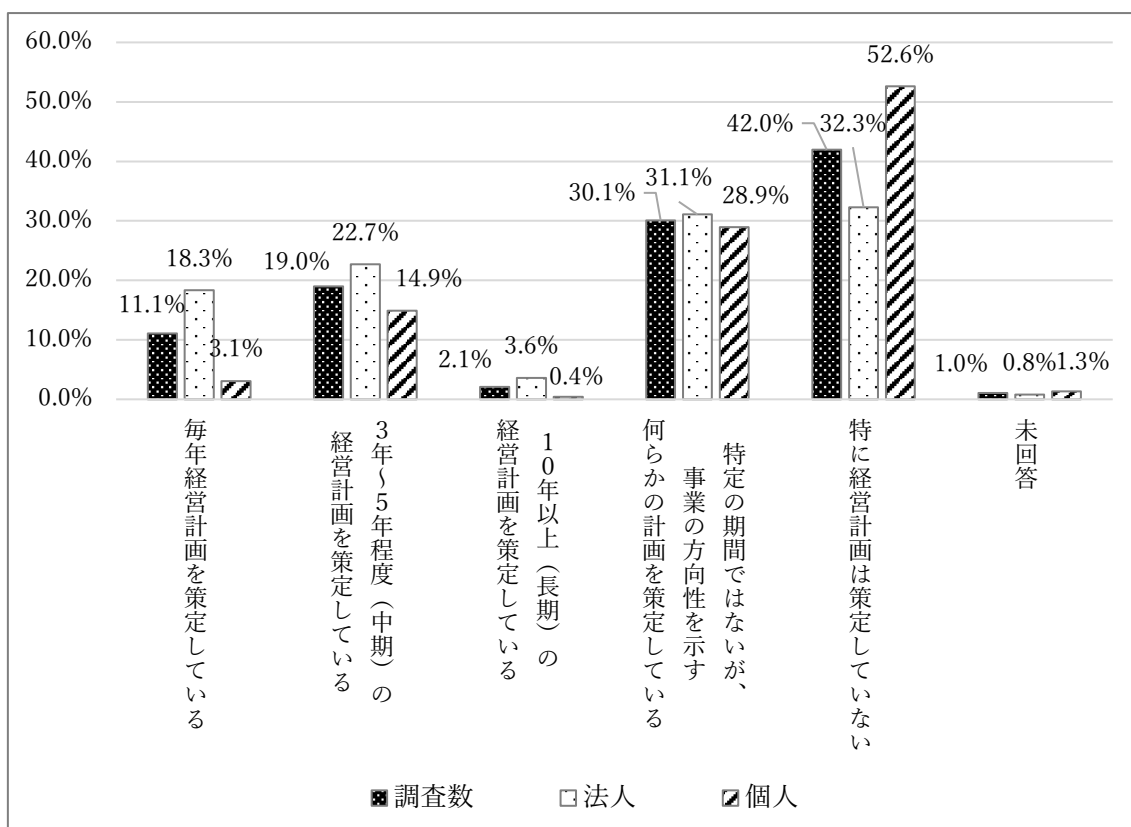


衛生管理の実施・運用にあたっての課題については、「文書管理や記録の維持が負担」32.4%、「特になし」28.2%、「必要な設備投資の余裕がない」21.9%等があげられた。回答事業所の全体で見れば、何らかの衛生管理を実施している事業所（HACCPを含む）は約51%となっているが、主な課題としては「特になし」を除いて「文書管理や記録の維持が負担」、「必要な設備投資の余裕がない」との回答割合が高かったことは、現実味がある結果となった。

Ⅲ. 事業所の経営計画について

問1. 事業形態別での事業所の経営計画の策定期間について。（複数回答）

- ① 毎年経営計画を策定している（53件）
- ② 3年～5年程度（中期）の経営計画を策定している（91件）
- ③ 10年以上（長期）の経営計画を策定している（10件）
- ④ 特定の期間ではないが、事業の方向性を示す何らかの計画を策定している（144件）
- ⑤ 特に経営計画は策定していない（201件）
- ※未回答（5件）



事業所の経営計画の策定期間については、全体では「特に経営計画は策定していない」が最多となり、42.0%、次いで「特定の期間ではないが、事業の方向性を示す何らかの計画を策定している」30.1%、「3年～5年程度（中期）の経営計画を策定している」19.0%等となった。

事業形態別でみると、法人では「特に経営計画は策定していない」32.3%、「特定の期間ではないが、事業の方向性を示す何らかの計画を策定している」31.1%等の割合が高く、個人事業所では「特に経営計画は策定していない」が52.6%と半数以上が回答しており、法人と個人事業所の違いが表れた。

【参考】今期の売上状況・営業利益を用いた追加分析

参考1. 今期の売上状況別での事業所の経営計画の策定期間について。（複数回答）

	合計	毎年 の経営 計画を 策定	3年 ～5年 程度の 経営計 画を策 定中	1年 以内の 経営計 画を策 定し	特定の 期間に 限って の計画 策定を 示す	特定の 期間に 限って の計画 策定を しない	未 回 答
調査数	479 100.0%	53 11.1%	91 19.0%	10 2.1%	144 30.1%	201 42.0%	5 1.0%
20%未満	1 100.0%	0 0.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
20～50%未満	3 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 66.7%	1 33.3%	0 0.0%
50～80%未満	23 100.0%	1 4.3%	4 17.4%	0 0.0%	6 26.1%	11 47.8%	1 4.3%
80～100%未満	154 100.0%	8 5.2%	23 14.9%	0 0.0%	39 25.3%	84 54.5%	3 1.9%
100～120%未満	211 100.0%	31 14.7%	47 22.3%	4 1.9%	72 34.1%	73 34.6%	0 0.0%
120%以上	58 100.0%	9 15.5%	12 20.7%	5 8.6%	21 36.2%	17 29.3%	0 0.0%
未回答	29 100.0%	4 13.8%	4 13.8%	1 3.4%	4 13.8%	15 51.7%	1 3.4%

経営計画の策定期間については、全体で「特に経営計画は策定していない」が42.0%と最多、次いで「特定の期間ではないが、事業の方向性を示す何らかの計画を策定している」30.1%となり、合計では72.1%と具体的な経営計画を策定している割合は低い。一方「毎年経営計画を策定している」11.1%、「3年～5年程度の経営計画を策定している」19.0%となり、合計では30.1%に止まった。

この結果を踏まえて前期比からの売上状況別でみると、どの階層も回答が分散しており前期比との売上割合に対し特に特徴的な傾向はみられなかった。

参考2. 今期の営業利益別での事業所の経営計画策定期間について。（複数回答）

	合計	て毎 い年 る経 営計 画を 策定 し	し期3 て～年 いのく る経5 営年 計程 画度 を（ 策中 定	る経1 営0 計年 画以 を上 策（ 定長 し期 て～ いの	しすが特 て何、定 いら事の るか業期 のの間 計方で 画向は を性を 策をい 定示	て特 いに ない い営 計 画は 策定 し	未 回 答
調査数	479	53	91	10	144	201	5
	100.0%	11.1%	19.0%	2.1%	30.1%	42.0%	1.0%
20%未満	7	0	2	0	3	3	0
	100.0%	0.0%	28.6%	0.0%	42.9%	42.9%	0.0%
20～50%未満	10	1	2	0	4	3	0
	100.0%	10.0%	20.0%	0.0%	40.0%	30.0%	0.0%
50～80%未満	40	2	7	0	10	20	2
	100.0%	5.0%	17.5%	0.0%	25.0%	50.0%	5.0%
80～100%未満	174	14	26	0	46	90	1
	100.0%	8.0%	14.9%	0.0%	26.4%	51.7%	0.6%
100～120%未満	161	21	38	6	56	54	0
	100.0%	13.0%	23.6%	3.7%	34.8%	33.5%	0.0%
120%以上	46	10	9	3	16	13	0
	100.0%	21.7%	19.6%	6.5%	34.8%	28.3%	0.0%
未回答	41	5	7	1	9	18	2
	100.0%	12.2%	17.1%	2.4%	22.0%	43.9%	4.9%

経営計画の策定期間について階層別にみると、「特に経営計画は策定していない」が「80～100%未満」以下の事業所では最多となっているが、「100～120%未満」「120%以上」の事業所では「特定の期間ではないが、事業の方向性を示す何らかの計画を策定している」がそれぞれ最多となっている。しかし、相対的にみても必ずしも経営計画の策定状況が高い割合となっているわけではなく、売上高の状況と同様にどの階層も回答が分散しており前期比との営業利益の割合に対し特に特徴的な傾向はみられなかった。

問1-1. 業種別での事業所が取り組んでいる経営計画について。（複数回答）

- ①顧客ニーズの探索能力の強化（114件）
- ②新技術・新商品・新サービス開発（177件）
- ③製品の品質向上（198件）
- ④生産プロセスの効率化・コスト削減（133件）
- ⑤小ロット対応（42件）
- ⑥短納期対応（19件）
- ⑦人材育成・確保・定着（72件）
- ⑧新規販路開拓の強化（142件）
- ⑨ネット販売導入・強化（70件）
- ⑩デジタル化による業務効率化（35件）
- ⑪販促・広報活動の強化（119件）
- ⑫その他（18件）
- ※未回答（32件）

	合計	顧客 ニーズ 強化 の 探索	新 技 術 ・ 新 商 品 ・ 新 サ ー ビ ス 開 発	製 品 の 品 質 向 上	生 産 プ ロ セ ス の 効 率 化 ・ コ ス ト 削 減	小 ロ ッ ト 対 応	短 納 期 対 応	人 材 育 成 ・ 確 保 ・ 定 着	新 規 販 路 開 拓 の 強 化	ネ ッ ト 販 売 導 入 ・ 強 化	デ ジ タ ル 化 に よ る 業 務 効 率 化	販 促 ・ 広 報 活 動 の 強 化	そ の 他	未 回 答
調査数	479	114	177	198	133	42	19	72	142	70	35	119	18	32
	100.0%	23.8%	37.0%	41.3%	27.8%	8.8%	4.0%	15.0%	29.6%	14.6%	7.3%	24.8%	3.8%	6.7%
水産食料品製造業	71	21	30	28	25	4	5	12	19	14	8	20	1	2
	100.0%	29.6%	42.3%	39.4%	35.2%	5.6%	7.0%	16.9%	26.8%	19.7%	11.3%	28.2%	1.4%	2.8%
畜産食料品製造業	31	8	10	21	7	4	1	4	9	5	2	6	1	1
	100.0%	25.8%	32.3%	67.7%	22.6%	12.9%	3.2%	12.9%	29.0%	16.1%	6.5%	19.4%	3.2%	3.2%
野菜・果実食料品 等製造業	30	5	14	9	14	2	3	5	12	7	2	8	0	0
	100.0%	16.7%	46.7%	30.0%	46.7%	6.7%	10.0%	16.7%	40.0%	23.3%	6.7%	26.7%	0.0%	0.0%
調味料・保存食品 製造業	19	3	2	5	7	2	0	3	9	2	2	4	1	2
	100.0%	15.8%	10.5%	26.3%	36.8%	10.5%	0.0%	15.8%	47.4%	10.5%	10.5%	21.1%	5.3%	10.5%
パン製造・精穀・ 製粉業	38	14	19	13	11	2	1	7	16	5	3	8	1	1
	100.0%	36.8%	50.0%	34.2%	28.9%	5.3%	2.6%	18.4%	42.1%	13.2%	7.9%	21.1%	2.6%	2.6%
清涼飲料・茶・ コーヒー製造業	12	3	5	7	0	0	0	3	3	3	1	0	1	2
	100.0%	25.0%	41.7%	58.3%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	8.3%	0.0%	8.3%	16.7%
和菓子製造業	71	12	26	30	23	8	3	10	16	5	2	12	5	5
	100.0%	16.9%	36.6%	42.3%	32.4%	11.3%	4.2%	14.1%	22.5%	7.0%	2.8%	16.9%	7.0%	7.0%
洋菓子製造業	62	13	27	22	11	5	1	10	15	10	2	22	1	7
	100.0%	21.0%	43.5%	35.5%	17.7%	8.1%	1.6%	16.1%	24.2%	16.1%	3.2%	35.5%	1.6%	11.3%
酒類製造業	19	4	7	11	6	2	2	1	8	2	1	9	0	1
	100.0%	21.1%	36.8%	57.9%	31.6%	10.5%	10.5%	5.3%	42.1%	10.5%	5.3%	47.4%	0.0%	5.3%
惣菜・弁当製造業	71	18	22	27	17	9	1	10	24	8	8	20	2	7
	100.0%	25.4%	31.0%	38.0%	23.9%	12.7%	1.4%	14.1%	33.8%	11.3%	11.3%	28.2%	2.8%	9.9%
その他の食料品 製造業	53	12	14	25	12	4	2	7	10	9	4	10	5	3
	100.0%	22.6%	26.4%	47.2%	22.6%	7.5%	3.8%	13.2%	18.9%	17.0%	7.5%	18.9%	9.4%	5.7%
未回答	2	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%

事業所が取り組んでいる経営計画をみると、全体では「製品の品質向上」41.3%が最多となり、次いで「新技術・新商品・新サービス開発」37.0%、「新規販路開拓の強化」29.6%、「生産プロセスの効率化・コスト削減」27.8%、「販促・広報活動の強化」24.8%、「顧客ニーズの探索・能力の強化」23.8%等があげられた。

業種別では、以下のような傾向がみられた。（回答率 35%以上）

業 種	回答内容	(%)
水産食料品製造業	「新技術・新商品・新サービス開発」	42.3
	「製品の品質向上」	39.4
	「生産プロセスの効率化・コスト削減」	35.2
畜産食料品製造業	「製品の品質向上」	67.7
野菜・果実食料品製造業	「新技術・新商品・新サービス開発」	46.7
	「生産プロセスの効率化・コスト削減」	46.7
	「新規販路開拓の強化」	40.0
調味料・保存食品製造業	「新規販路開拓の強化」	47.4
	「生産プロセスの効率化・コスト削減」	36.8
パン製造・精穀・製粉業	「新技術・新商品・新サービス開発」	50.0
	「新規販路開拓の強化」	42.1
	「顧客ニーズの探索・能力の強化」	36.8
清涼飲料・茶・コーヒー製造業	「製品の品質向上」	58.3
	「新技術・新商品・新サービス開発」	41.7
和菓子製造業	「製品の品質向上」	42.3
	「新技術・新商品・新サービス開発」	36.6
洋菓子製造業	「新技術・新商品・新サービス開発」	43.5
	「製品の品質向上」	35.5
	「販促・広報活動の強化」	35.5
酒類製造業	「製品の品質向上」	57.9
	「販促・広報活動の強化」	47.4
	「新規販路開拓の強化」	42.1
	「新技術・新商品・新サービス開発」	36.8
惣菜・弁当製造業	「製品の品質向上」	38.0
その他の食料品製造業	「製品の品質向上」	47.2%

以上のように回答割合の上位を集約してみると、どの業種においても「製品の品質向上」や「新技術・新商品・新サービス開発」が重要視されていると窺える。

【参考】今期の売上状況・営業利益を用いた追加分析

参考1. 今期の売上状況別での事業所が取り組んでいる経営計画について。（複数回答）

	合計	顧客 力の 強化 の探	新 サ ー ビ ス 開 発 ・ 新 商 品 ・	新 技 術 ・ 新 商 品 ・	製 品 の 品 質 向 上	生 産 プ ロ セ ス の 削 減 効	小 ロ ッ ト 対 応	短 納 期 対 応	保 人 材 育 成 ・ 確	強 新 規 販 路 開 拓 の	入 ネ ッ ト 販 売 導	る デ ジ タ ル 化 に よ	の 販 促 化 ・ 広 報 活 動	そ の 他	未 回 答
調査数	479	114	177	198	133	42	19	72	142	70	35	119	18	32	
	100.0%	23.8%	37.0%	41.3%	27.8%	8.8%	4.0%	15.0%	29.6%	14.6%	7.3%	24.8%	3.8%	6.7%	
20%未満	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	
	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	
20～50%未満	3	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	
	100.0%	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	
50～80%未満	23	5	10	10	6	3	1	0	6	3	1	4	0	2	
	100.0%	21.7%	43.5%	43.5%	26.1%	13.0%	4.3%	0.0%	26.1%	13.0%	4.3%	17.4%	0.0%	8.7%	
80～100%未満	154	32	43	67	48	14	8	20	39	14	14	34	9	12	
	100.0%	20.8%	27.9%	43.5%	31.2%	9.1%	5.2%	13.0%	25.3%	9.1%	9.1%	22.1%	5.8%	7.8%	
100～120%未満	211	55	90	83	55	18	9	38	71	36	12	55	6	11	
	100.0%	26.1%	42.7%	39.3%	26.1%	8.5%	4.3%	18.0%	33.6%	17.1%	5.7%	26.1%	2.8%	5.2%	
120%以上	58	11	27	27	17	4	0	13	21	12	5	21	1	1	
	100.0%	19.0%	46.6%	46.6%	29.3%	6.9%	0.0%	22.4%	36.2%	20.7%	8.6%	36.2%	1.7%	1.7%	
未回答	29	9	6	10	7	3	1	1	4	3	3	4	2	5	
	100.0%	31.0%	20.7%	34.5%	24.1%	10.3%	3.4%	3.4%	13.8%	10.3%	10.3%	13.8%	6.9%	17.2%	

事業所が取り組んでいる経営計画については、どの階層に於いても主に「製品の品質向上」、「新技術・新商品・新サービス開発」、「新規販路開拓の強化」等があげられたが、前期比で売上が「100～120%未満」「120%以上」の事業所では、「新規販路開拓の強化」（それぞれ33.6%、36.2%）や「販促・広報活動の強化」（それぞれ26.1%、36.2%）の割合が他の階層と比べ多少ではあるが高めであり、内部環境の強化ばかりではなく、外部環境の強化を図る意向が傾向としてみられる。

参考2. 今期の営業利益別での事業所が取り組んでいる経営計画について。（複数回答）

	合計	能力の強化	顧客ニーズの探索	新サービス開発	新技術・新商品・新サービス開発	製品の品質向上	生産コスト削減	生産プロセスの効率化	小ロット対応	短期対応	定着	人材育成・確保	新規販路開拓の強化	ネット販売導入	業務効率化による	デジタル化による	販促・広報活動の強化	その他	未回答
調査数	479	114	177	198	133	42	19	72	142	70	35	119	18	32					
	100.0%	23.8%	37.0%	41.3%	27.8%	8.8%	4.0%	15.0%	29.6%	14.6%	7.3%	24.8%	3.8%	6.7%					
20%未満	7	2	3	2	2	1	0	1	3	1	0	2	1	0					
	100.0%	28.6%	42.9%	28.6%	28.6%	14.3%	0.0%	14.3%	42.9%	14.3%	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%					
20～50%未満	10	3	3	6	1	1	1	1	2	2	0	2	1	1					
	100.0%	30.0%	30.0%	60.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	10.0%	10.0%					
50～80%未満	40	7	10	14	8	7	3	6	10	2	4	7	1	6					
	100.0%	17.5%	25.0%	35.0%	20.0%	17.5%	7.5%	15.0%	25.0%	5.0%	10.0%	17.5%	2.5%	15.0%					
80～100%未満	174	42	59	78	58	14	8	25	44	16	14	41	7	10					
	100.0%	24.1%	33.9%	44.8%	33.3%	8.0%	4.6%	14.4%	25.3%	9.2%	8.0%	23.6%	4.0%	5.7%					
100～120%未満	161	41	72	66	40	13	5	25	55	35	10	51	4	6					
	100.0%	25.5%	44.7%	41.0%	24.8%	8.1%	3.1%	15.5%	34.2%	21.7%	6.2%	31.7%	2.5%	3.7%					
120%以上	46	9	20	19	13	1	0	13	20	9	3	11	1	2					
	100.0%	19.6%	43.5%	41.3%	28.3%	2.2%	0.0%	28.3%	43.5%	19.6%	6.5%	23.9%	2.2%	4.3%					
未回答	41	10	10	13	11	5	2	1	8	5	4	5	3	7					
	100.0%	24.4%	24.4%	31.7%	26.8%	12.2%	4.9%	2.4%	19.5%	12.2%	9.8%	12.2%	7.3%	17.1%					

事業所が取り組んでいる経営計画について営業利益別でみると、売上高の状況と同様にどの階層に於いても主に「製品の品質向上」、「新技術・新商品・新サービス開発」、「新規販路開拓の強化」等が上げられた。そして、前期比で営業利益が「100～120%未満」「120%以上」の事業所では、これも売上高の状況と同様に「新規販路開拓の強化」（それぞれ34.2%、43.5%）や「販促・広報活動の強化」（それぞれ31.7%、23.9%）の割合が他の階層と比べ多少ではあるが高めであり、内部環境の強化ばかりではなく、外部環境の強化を図る意向が傾向としてみられる。

結局のところ、売上高の状況と営業利益を伸ばしている要因としては、どちらも共通しているようで、事業所ごとの経営努力の積み重ねと窺える。

問2. 商工会のエリア別での商工会に求める支援策や要望について。(複数回答)

- ①人材育成・確保・定着支援 (61件) ②原材料・エネルギー高騰対策支援 (230件)
 ③事業承継・経営者交代支援 (35件) ④衛生管理・HACCP運用支援 (43件)
 ⑤DX (デジタル化) 推進支援 (53件) ⑥販路開拓支援 (175件)
 ⑦海外進出支援 (11件) ⑧生産性向上・業務効率化支援 (122件)
 ⑨経営改善・資金繰り支援 (173件) ⑩各種制度等の情報発信 (189件)
 ⑪特になし (47件) ⑫その他 (3件) ※未回答 (11件)

その他の回答 (・補助金の支援強化等)

	合計	着 支 援	人 材 育 成 ・ 確 保 ・ 定	高 騰 対 策 ・ エ ネ ル ギ ー	原 材 料 ・ エ ネ ル ギ ー	代 理 店 ・ 事 業 承 継 ・ 経 営 者 交 代	H A C C P ・ 運 用 支 援	推 進 支 援 (デ ジ タ ル 化)	D X 支 援	販 路 開 拓 支 援	海 外 進 出 支 援	率 生 産 性 向 上 ・ 業 務 効 率 化	支 援 改 善 ・ 資 金 繰 り	信 息 制 度 等 の 情 報 発 信	各 種 制 度 等 の 情 報 発 信	特 に な し	そ の 他	未 回 答										
調査数	479	61	230	35	43	53	175	11	122	173	189	47	3	11	100.0%	12.7%	48.0%	7.3%	9.0%	11.1%	36.5%	2.3%	25.5%	36.1%	39.5%	9.8%	0.6%	2.3%
名取・岩沼・亶理	39	5	19	3	3	8	24	2	9	15	17	0	0	0	100.0%	12.8%	48.7%	7.7%	7.7%	20.5%	61.5%	5.1%	23.1%	38.5%	43.6%	0.0%	0.0%	0.0%
仙南広域	61	9	26	2	3	6	19	2	11	26	24	9	1	1	100.0%	14.8%	42.6%	3.3%	4.9%	9.8%	31.1%	3.3%	18.0%	42.6%	39.3%	14.8%	1.6%	1.6%
仙台・北部近郊	62	8	25	2	6	8	30	0	12	27	32	3	1	2	100.0%	12.9%	40.3%	3.2%	9.7%	12.9%	48.4%	0.0%	19.4%	43.5%	51.6%	4.8%	1.6%	3.2%
多賀城・松島	55	7	26	4	9	3	22	2	16	17	21	5	0	2	100.0%	12.7%	47.3%	7.3%	16.4%	5.5%	40.0%	3.6%	29.1%	30.9%	38.2%	9.1%	0.0%	3.6%
加美・大崎	59	8	31	5	7	4	14	1	12	10	18	11	1	3	100.0%	13.6%	52.5%	8.5%	11.9%	6.8%	23.7%	1.7%	20.3%	16.9%	30.5%	18.6%	1.7%	5.1%
涌谷・石巻	64	9	35	8	3	8	24	0	23	25	25	4	0	2	100.0%	14.1%	54.7%	12.5%	4.7%	12.5%	37.5%	0.0%	35.9%	39.1%	39.1%	6.3%	0.0%	3.1%
栗原	50	7	29	3	5	9	18	2	16	23	19	3	0	0	100.0%	14.0%	58.0%	6.0%	10.0%	18.0%	36.0%	4.0%	32.0%	46.0%	38.0%	6.0%	0.0%	0.0%
登米・南三陸・ 気仙沼	78	7	35	7	6	7	21	2	21	26	30	9	0	1	100.0%	9.0%	44.9%	9.0%	7.7%	9.0%	26.9%	2.6%	26.9%	33.3%	38.5%	11.5%	0.0%	1.3%
未回答	11	1	4	1	1	0	3	0	2	4	3	3	0	0	100.0%	9.1%	36.4%	9.1%	9.1%	0.0%	27.3%	0.0%	18.2%	36.4%	27.3%	27.3%	0.0%	0.0%

商工会に求める支援策や要望については、全体で「原材料・エネルギー高騰対策支援」48.0%と半数近くの事業所が要望している。次いで「各種制度等の情報発信」39.5%、「販路開拓支援」36.5%、「経営改善・資金繰り支援」36.1%、「生産性向上・業務効率化支援」25.5%等があげられた。

商工会のエリア別では以下のような傾向がみられた。（回答率 35%以上）

商工会エリア	回答内容	(%)
名取・岩沼・亘理	「販路開拓支援」	61.5
	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	48.7
	「各種制度等の情報発信」	43.6
	「経営改善・資金繰り支援」	38.5
仙南広域	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	42.6
	「経営改善・資金繰り支援」	42.6
	「各種制度等の情報発信」	39.3
仙台・北部近郊	「各種制度等の情報発信」	51.6
	「販路開拓支援」	48.4
	「経営改善・資金繰り支援」	43.5
	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	40.3
多賀城・松島	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	47.3
	「販路開拓支援」	40.0
	「各種制度等の情報発信」	38.2
加美・大崎	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	52.5
涌谷・石巻	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	54.7
	「経営改善・資金繰り支援」	39.1
	「各種制度等の情報発信」	39.1
	「販路開拓支援」	37.5
	「生産性向上・業務効率化支援」	35.9
栗原	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	58.0
	「経営改善・資金繰り支援」	46.0
	「各種制度等の情報発信」	38.0
	「販路開拓支援」	36.0
登米・南三陸・気仙沼	「原材料・エネルギー高騰対策支援」	44.9
	「各種制度等の情報発信」	38.5

商工会のどのエリアでも「原材料・エネルギー高騰対策支援」に対する支援が 40% 以上となり、今般の社会事情が反映されている。

IV. 商工会・行政への意見・要望

商工会・行政への意見・要望を以下の通りまとめてみた。

商工会名、テーマ（経営支援関連と政治・政策関連とに分類）、回答内容とした。

【経営支援関連】

商工会名	回答内容
名取市商工会	コンサルタントやアドバイザー支援は、金融機関がサポートしてくれるので、その分の事業予算を直接的な企業支援に充てた方が効率的と感じる。
	銀行と商工会等のコンサルが被ると、互いの内容をすり合わせる労務が増え非効率的。目に見えてプラスに結び付くフローが提案されるなら、ありがたい。
七ヶ宿町商工会	販路開拓、補助金、助成金等について支援して欲しい。
大河原町商工会	物価高騰、人件費上昇で事業継続が困難なため、事業廃止もやむ無しの状況。この状況で継承もお願いできない。
	廃業する仲間もあり、明日は我が身。打破するにはどうすればよいのか悩んでおり、どこから手を付ければ良いのかもわからない状況なので、教えて欲しい。
柴田町商工会	状況に合わせて、電話・口頭での対応もしてほしい。
みやぎ仙台商工会	税金や補助金関連の対策支援と売上販路拡大についても、支援及び連携をとって地域を共に発展していきたい。
多賀城・七ヶ浜商工会	情報（商談会など）があれば教えてほしい。
くろかわ商工会	大和町はスーパーが多く何をしても勝つことはできないと思う。
加美商工会	賃金と原材料の高騰で、経営は厳しい。とはいえ、販売単価を毎回上げると、消費者の買い控えがあるのでなかなか行えない。
玉造商工会	観光資源を活用しながら、当社の利用、地域活性化への取り組みを行っていきたい。
大崎商工会	補助金制度利用の際にリース契約も対象にして頂けるとありがたい。（一旦全額支払いする為の資金に困る場合もある）
若柳金成商工会	地元商店へのさらなる経営改善や資金繰りに対する支援を望む。
栗駒鶯沢商工会	自分達で思い浮かばない販路開拓を教えて欲しい。
登米中央商工会	ふるさとプラザ（みやぎ）への地域フェア促進。（特に小規模店）
登米みなみ商工会	経営計画を作りたいので教えて欲しい。
	特に経営改善・資金繰り支援に力を入れて欲しい。
河南桃生商工会	パソコンを覚えたい。
南三陸商工会	資金繰り面のサポートをお願いしたい。

経営支援関連では、要約すると「経営支援の在り方」「補助金・助成金による支援」「経営改善や資金繰りの支援」「販路開拓に関する支援」「情報提供による支援」「地域振興に関する支援」等があげられた。

【政治・政策関連】

名取市商工会	最低賃金の上昇率や社会保障制度改革など、小企業にとっては、今後の経営継続危惧する要件なので、経営者サイドの現状も少しは把握して頂けるとありがたい。
角田市商工会	消費税等、税金関係を見直してほしい。
くろかわ商工会	選挙でも争点になっていたが消費税の扱いを、期間限定でコロコロ変えられるのが一番大変。
	軽減税率も事務処理が面倒でPOS レジやプライスカード等の変更に時間やコストがかかるので、なるべく一律でお願いしたい。
	インボイスは元々1千万以下の方が支払わなくて良いこと自体が不平等だったので、消費者から消費税を頂いているのだから当然のことだと思います。文句を言う人達のほうがおかしい。
加美商工会	毎年最低賃金を上げられ、原材料も高騰し優秀な人材になればいくら払っても良いが、パート・アルバイトまで払うべき単価なのか疑問である。
玉造商工会	毎年毎年（最低）賃金が上昇しては、今まで通りに経営（営業）は出来なくなる。
栗原南部商工会	最低賃金の上昇は小規模事業所には大変な負い目になる。上げるのであればそうした不安に対する一定のケアが必要と考える。
登米中央商工会	中央政策（中心）が過疎を生んでいます。都会の便利化による弊害。
南三陸商工会	経営環境の悪化、後継者不在等により数年後には事業者数の激減が危惧される。関係機関には目をつぶらず先鋒的にあらゆる手立てを講じてもらいたい。

政治・政策関連では、要約すると「最低賃金に関する不満」「消費税や税制に関する不満」「地方の小規模事業者対策に関する不満」等があげられた。

V. 総括と考察

本章では調査結果について主観を入れず客観的事実に基づきコメント等を記載してきたが、ここではアウトプットを含め今回の調査結果を総括し考察を踏まえ取り纏め整理してみることにした。また、前回の調査結果と比較できる項目についてはそれも踏まえて考察している。

1. 事業者の概要（事業所の属性）について。

- 回答頂いた事業所の属性に関しては、全体では479件と前回より2%程減少したが中でも加美・大崎エリアに於いては18%減少した。また、事業形態の比率は法人52.4%、個人事業所47.6%となり、前回とほぼ同様の割合であった。
- 経営者の年代は、概ね前回と同様の割合となり特段経営者の年代が上昇したとは見受けられない。世代交代が必要な事業所においては円滑な事業承継が行われていると受け止められる。
- 業種は前回より集約した。業種分類は小分類とした選択肢の内容のようであるが、事業所の中には自分の業種分類が不明瞭とみられる回答も見受けられ、今回は中分類とするか、小分類の解説を入れる必要があると窺える。
- 従業員については、常時雇用が66.6%、臨時雇用が33.4%となり前回よりも多少常時雇用の割合が高くなったものの、雇用者数に於いては常時雇用が「1～5人未満」が45.1%、「雇用なし」が29.2%となり合計では5人未満が74.3%と前回より常時雇用者数の減少が窺える。（但し、集計方法が前回と異なるため推測の域はでない。）

また、臨時雇用者数では「雇用者なし」が44.1%、「1～5人未満」が36.1%と合計では80.2%と雇用者数の減少が懸念される。

さらに、従業員の年代については若干ではあるが30代以下の雇用者の割合が前回より減少していた。（その分40代の割合が若干増えていた。）

- 後継者問題については、現在「後継者はいる」または「未定だが候補者はいる」との回答の合計は39.4%となった。前回と比較すると約2%ではあるが「後継者はいる」割合が増加した。その他では「後継者はいない」が前回より0.7%増、「未定」は3.5%減となった。また、「後継者はいない」と回答した中で「自分の代で廃業する予定」との割合は55.9%と高い割合となった。これは、回答者の実数で算出すると479事業所のうち約90事業所が廃業することに相当する。

2. 事業所の経営状況について。

- 前期を100%とした場合の今期の経営状況は、全体平均で売上高は99.6%、来期は102.0%と安定した経営状況とみられる。営業利益に於いては今期が101.5%、来期が95.8%となり、今期は良いが来期に向けては多少不安が残る形となったようである。

- 減価償却費と EBITDA については、今回の調査で事業所のキャッシュフローをみるために取り入れたもので、簡易的な計算方法として採用した。（但し、今回は数字のベースが%なので、合計値の平均を EBITDA としてみることにした。）

$$(\text{減価償却費} + \text{営業利益}) \div 2 = \text{EBITDA}$$

その結果をみると、前期に比べ今期は 1% キャッシュフローが減少し、来期は 2.2% 減少することのようである。

- 次に階層分けをして売上高と営業利益の状況を見ると、対前期で今期の売上は「100～120%未満」が 44.1%、営業利益は「80～100%未満」が 36.3%とそれぞれ最多となった。来期は売上高と営業利益がともに「100～120%未満」が最多となりそれぞれ 44.7%、37.4%となった。この結果をみると、全体として今期、来期共に好調な事業所は約半数以上はあるようだ。

- さらに、階層分けした基準で商工会のエリア別でみると、今期の売上で 100%以上との回答割合の合計が半数の 50%を超えたエリアでは、「名取・岩沼・亘理」66.6%「仙南広域」60.7%、「仙台・北部近郊」56.4%、「涌谷・石巻」56.3%、「栗原」66.0%「登米・南三陸・気仙沼」56.4%となり、同様に今期の営業利益では、「名取・岩沼・亘理」53.9%、「仙南広域」50.9%となった。売上の好調さに比べ営業利益は多少苦戦している。また、宮城県の南部の方が概ね好調のようである。

次に、来期の売上高をみてみると、「名取・岩沼・亘理」71.8%、「仙南広域」60.7%「仙台・北部近郊」62.9%、「多賀城・松島」50.9%、「加美・大崎」50.9%、「涌谷・石巻」59.4%、「栗原」66.0%、「登米・南三陸・気仙沼」67.9%となり、営業利益では「名取・岩沼・亘理」59.0%、「仙台・北部近郊」54.8%、「登米・南三陸・気仙沼」57.7%の 3 エリアとなる。

来期も今期同様に売上高は上がるものの、営業利益は伸びない事業所が多く見られる。

3. 経営環境の変化による経営の影響について。

①雇用と人材について

従業員数については、業種別で「畜産食料品製造業」と「酒類製造業」において若干不足気味とみられる。その他の業種では「ちょうどよい」との回答が 60%前後となった。また、人材確保の対策としては、「特に行っていない」との回答が半数以上を占めた。

②原材料費・エネルギー価格の高騰について。

原材料費・エネルギー価格の高騰や人件費の上昇に伴う価格転嫁では、転嫁できているとの回答が法人では約 60%、個人事業所では約 50%と 10%程開きがみられた。

また、転嫁できていない事業所の理由としては「顧客離れの懸念がある」が 75%を占めた。

③価格転嫁とその対策、売上高、営業利益の関係について

前期の売上高、営業利益に対し今期の売上高、営業利益を比較した場合、伸長している事業所（前期比100%以上の事業所）の傾向としては、価格転嫁が多少なりともできている事業所が伸ばしているという傾向がみられた。

その対策としては、仕入れ、調達先の見直し、工程改善、業務の効率化が全階層で多く回答がみられた中、伸長率が100%を超える事業所では、これらばかりではなく省力化効率化を見据えた設備投資を実施した事業所も多少みられたことが特徴的であった。

但し、それが可能な事業所はある程度の事業規模を持ったところと推察される。

また、価格転嫁が難しい業種、事業規模の関係上設備投資が難しい事業所もあるが今回の設問内容からは、昨今の価格高騰に対し価格転嫁を行った事業所が効果的に売上高営業利益を伸ばしたと考えられる。（勿論、各事業所の自助努力が最も大きな要因となっていることは間違いないと思われる。）

④業種別米国の関税措置に伴う事業への影響について。

関税の影響については、全体として「原材料・部材、物流コストの上昇で販売価格の値上げが懸念される」36.1%、「特に影響はない」29.9%、「わからない」26.9%が主な結果となった。業種別でも大局は同様の傾向とみられ、多少の懸念はあるものの実際には蓋を開けてみないとわからないということだろうか。

⑤現在取り組んでいるDXの内容について。

業務の効率化等に寄与するDXであるが、現在取り組まれている内容は「SNSの活用」や「電子決済」「ホームページ」等であり、積極的にDXを取り入れている事業所は少ないようである。最も回答率が高かったのは、全体で「現在取り組んでいない」の約80%、これを事業形態別でみると法人29.5%、個人事業所53.1%となり、法人と個人事業所では大きく異なる結果となった。また、取り組んでいない理由としては「IT知識の不足」が最も高い割合となり、事業のDX化に関する取り組みにはまだ抵抗があるものと窺える。

⑥衛生管理について。

HACCPによる衛生管理に於いては、全体では68.1%が導入していると回答した。

うち、「運用も定着している」との回答は44.9%、「運用に課題がある」は23.2%となった。事業形態別の導入割合としては法人が74.9%、個人事業所が60.6%と法人の方が高い。導入の定着率を業種別でみると、概ねの業種では「運用も定着している」が40%台ではあるが「清涼飲料・茶・コーヒー製造業」や「和菓子製造業」では25.0%33.8%と他の業種と比べると多少低い結果となった。

また、衛生管理の取組内容としては「衛生管理マニュアルや手順書の整備している」が51.4%、「衛生管理に関する定期的な社内ミーティングを開催している」22.3%等が

あげられた。なお、DX の導入率は低かったこともあり、衛生管理に関しても「衛生記録をデジタル化により簡素化している」は7.1%に止まった。

一方、衛生管理に関する課題は「文書管理や記録の維持が負担」32.4%、「必要な設備投資の余裕がない」21.9%等があげられ、衛生管理に関する手順や手続き、資金的管理が課題となっている。

4. 経営計画の策定期間及びその内容について

経営計画の策定期間については、今回の調査対象者が長年経営を営んでいる事業所が多かったため、慣習により経営計画を策定しているであろうと思われる事業所が多くみられた。その中でも、売上高の状況や営業利益の状況が前期比100%を超える事業者は若干ではあるが、その他の事業所より短期、中期の経営計画を策定している事業所がみられた。しかし、相対的にみれば売上高や営業利益の伸長に影響を及ぼしているとは言い難いものがあった。

また、具体的な短期、中期の経営計画は策定していないものの、取り組んでいる経営計画の内容については、どの階層でも新技術・新商品・新サービス開発や製品の品質向上に多く回答が集まったが、売上高や営業利益が前期比で100%を超える事業所では新規販路開拓の強化や販促・広報活動の強化等、若干の差ではあるが内部環境の強化ばかりではなく外部環境の強化にも努めているのが特徴的であった。

5. 商工会に求める支援策や要望について。

商工会に求める支援策や要望については、今般の経営環境の変化を鑑みた形のように、全体で「原材料・エネルギー高騰対策支援」48.0%と半数近くの事業所が要望している。次いで「各種制度等の情報発信」39.5%、「販路開拓支援」36.5%、「経営改善・資金繰り支援」36.1%、「生産性向上・業務効率化支援」25.5%等があげられた。

以上

資料編

製造業（食品）に係る経営実態調査票

製造業（食品）に関する経営実態調査票

アンケートにご協力いただける皆様へ

製造業（食品）に係る経営実態調査のご協力をお願い

この調査は、人口減少・少子高齢化による人手不足や経営者の高齢化等の構造的な問題に加え、原材料・エネルギー価格高騰、最低賃金上昇、物流費増加、米国の関税措置など、中小・小規模事業者を取り巻く経営環境が厳しい状況にある中、県内商工会地域の食品製造業者を対象としたアンケート調査を実施することで、現状及び経営上の問題や課題を把握し、それらの解決の一助に資することを目的に実施するものです。

つきましては、お忙しいところ誠に恐縮とは存じますが、調査の趣旨をご理解いただき、**9月12日(金)まで**ご回答くださいますようお願い申し上げます。

なお、調査基準日は令和7年8月1日といたします。

また、この調査の結果につきましては、本調査以外の目的に利用いたしませんので、率直なご意見をお聞かせください。

実施月 令和7年8月

実施機関 宮城県商工会連合会

I 貴事業所の概要について

(1つを選択)

問1. 事業所の形態についてお伺いします。

- ① 法人 ② 個人

1. 回答欄

問2. 事業所の所在地はどちらですか。

2. 回答欄

(市・町・村)

問3. 経営者の年代についてお伺いします。

- ①30歳未満 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70歳以上

(1つを選択)

3. 回答欄

問4. 事業所の業種についてお伺いします。※製造・卸・小売業含みます。

(最も売上構成比が高い、主たる業種を1つ選んでください)

- ①水産食料品製造業 ②畜産食料品製造業
③野菜・果実食料品等製造業 ④調味料・保存食品製造業
⑤パン製造・精穀・製粉業 ⑥清涼飲料・茶・コーヒー製造業
⑦和菓子製造業 ⑧洋菓子製造業
⑨酒類製造業 ⑩惣菜・弁当製造業
⑪その他の食料品製造業（食品分類名を回答欄に記載してください。）

(1つを選択)

4. 回答欄

⑪その他の場合は
以下に記載してください。

問5. 従業員（雇用形態）数についてお伺いします。

常時雇用 () 人 臨時（パート・アルバイト・日雇） () 人

問6. 年代別の従業員数についてお伺いします。

30歳未満 () 人 30代 () 人 40代 () 人 50代 () 人 60代 () 人 70歳以上 () 人

(1つを選択)

問7. 貴事業所の業歴についてお伺いします。

- ①3年未満 ②3年以上10年未満 ③10年以上20年未満 ④20年以上50年未満
⑤50年以上

7. 回答欄

問8. 後継者はいらっしゃいますか。

- ①いる ②未定だが候補者はいる ③いない ④未定

(1つを選択)

8. 回答欄

問8-1. 問8の質問で「①いる」もしくは「②未定だが候補者はいる」と回答した方にお伺いします。現経営者と後継者（候補）とのご関係を教えてください。

- ①子 ②兄弟・姉妹 ③子の配偶者 ④その他親族
⑤親族以外の従業員 ⑥社外からの登用 ⑦その他 ()

8-1. 回答欄

問8-2. 問8の質問で「③いない」と回答した方にお伺いします。今後の経営のあり方としてどのような方向性をお考えでしょうか。

- ①後継者を決めていないが事業は継続させたい
②自分の代で廃業する予定なので後継者はいない
③会社を譲渡する予定なので後継者はいない
④その他 ()

(1つを選択)

8-2. 回答欄

問9. 販売状況についてお伺いします。事業所の主な販売先はどれに該当しますか。

- ①加工業者向け（半製品含む） ②卸売（流通）業者向け
③小売業者向け ④一般消費者向け（直販） ⑤その他 ()

(1つを選択)

9. 回答欄

問10. 現在の経営状況についてお伺いします。

- ・前期を100%として比較した場合の今期の業績（見通しを含む）は何%程度になりますか。また、前期を100%として比較した場合の来期の業績見込みは何%程度になりますか。
- ・個人事業主の方は、「営業利益」の枠を青色申告の方は所得稅青色申告決算書の③差引金額、白色申告の方は収支内訳書の⑩専従者控除前の所得金額に置き換えてご回答ください。

項目	前期	今期	来期
売上高	100%	%	%
営業利益	100%	%	%
減価償却費	100%	%	%

II 経営環境の変化による経営への影響について

(1) 雇用と人材について

問1. 現在の従業員数の過不足についてはいかがでしょうか。

- ①過剰気味 ②ちょうどよい ③不足気味

(1つを選択)

1. 回答欄

問1-1. 問1で「③不足気味」と回答した方にお伺いします。

人手不足対策として現在実施している、または検討中の取組はありますか？該当するものをすべてお選びください。

- ①県外からの募集 ②外国人材の募集 ③外注による業務改善
④特に行っていない ⑤その他 ()

(複数選択可)

1-1. 回答欄

問1-2. (全ての方へ) 人材確保対策として、現在実施している取組はありますか。

該当するものをすべてお選びください。

- ①職場環境の改善 ②業務プロセスの改善 ③設備投資による業務改善
④賃金改善による定着強化 ⑤特に行っていない
⑥その他 ()

(複数選択可)

1-2. 回答欄

(2) 原材料費・エネルギー価格高騰等について

問2. 原材料費やエネルギー価格高騰、最低賃金の上昇等に伴い、コスト上昇分を販売価格に転嫁できていますか。

- ①多少なりとも価格転嫁できている
②コストは上昇したが、価格転嫁していない（できていない）
③コストは上昇していない

(1つを選択)

2. 回答欄

問2-1. 問2で「②コストは上昇したが、価格転嫁していない（できていない）」を選択された方にお伺いします。価格転嫁が困難な理由として該当するものをすべてお選びください。

(複数選択可)

- ①取引先からの理解が得られない ②顧客離れへの懸念がある
③同業他社との競争が激しい ④契約上の制約がある
⑤自社の交渉力に不安がある ⑥その他 ()

2-1. 回答欄

問2-2. (全ての方へ) 原材料・エネルギー高騰の対策として現在実施している、または検討中の取組はありますか。該当するものをすべてお選びください。

(複数選択可)

- ①営業時間の短縮 ②省力化・効率化を見据えた設備投資
③仕入、調達先の見直し ④工程改善・業務の効率化
⑤人件費の削減 ⑥商品サービスの値上げ(価格転嫁)
⑦実施・検討していない ⑧その他 ()

2-2. 回答欄

(3) 米国の関税措置に伴う影響について(相互関税は15%、自動車15%、鉄鋼・アルミは今後再交渉 米国产のコメ・農産物、自動車の輸入拡大等。その他合意条件あり。)

問3. 米国の関税措置に伴い事業への影響はどのようなことが想定されますか。該当するものをすべてお選びください。

(複数選択可)

- ①原材料・部材、物流コストの上昇で販売価格の値上げが懸念される
②仕入ルート、サプライチェーンの変更が懸念される
③仕入先からの取引条件の変更(仕入単位や仕入納期等)が懸念される
④原材料・部材の品質の低下が懸念される
⑤米国市場での事業戦略の見直しが懸念される
⑥特に影響はない ⑦わからない ⑧その他 ()

3. 回答欄

(4) DX(デジタルトランスフォーメーション)推進について

問4. 現在取り組んでいるDXの具体的な内容についてお答えください。該当するものをすべてお選びください。

(複数選択可)

- ①アナログ業務のIT化 ②SNSの活用
③自社ホームページの作成 ④電子決済(キャッシュレス)の導入
⑤電子商取引(EC)の実施 ⑥クラウドサービスの活用
⑦営業活動・会議のオンライン化 ⑧顧客管理システムの導入
⑨AIの活用 ⑩デジタル人材の採用・育成
⑪その他 ()
⑫現在取り組んでいない

4. 回答欄

問4-1. DX推進に取り組む際の課題についてお答えください。該当するものをすべてお選びください。

(複数選択可)

- ①技術やツールの選定と導入の難しさ ②予算や資金調達の問題
③DX推進に係る人材不足 ④IT知識の不足
⑤情報セキュリティの確保 ⑥具体的な成果や効果が見えない
⑦取り組みたいが何をしたら良いのかわからない
⑧その他 ()

4-1. 回答欄

(5) 衛生管理について

問5. HACCP^{※1}に沿った衛生管理は実施していますか。

※1 HACCP(ハサップ)とは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因(ハザード)を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。

(1つを選択)

- ①実施しており、運用も定着している ②実施しているが、運用に課題がある
③制度開始以降、途中で断念した ④制度開始当初から実施していない
⑤HACCPという制度は知らなかった

5. 回答欄

問5-1. 現在実施している衛生管理の取組はありますか。該当するものをすべてお選びください。

- ①衛生管理マニュアルや手順書の整備している (複数選択可)
- ②衛生記録をデジタル化により簡素化している
- ③衛生管理の外部専門家より指導を受け実施している
- ④衛生管理に関する定期的な社内ミーティングを開催している
- ⑤特に行っていない
- ⑥その他 ()

問5-2. 衛生管理の実施・運用にあたっての課題は何ですか。該当するものをすべてお選びください。

- ①社内に衛生管理に関する人材がない
- ②文書管理や記録の維持が負担 (複数選択可)
- ③衛生管理に関する教育・研修の機会がない
- ④必要な設備投資の余裕がない
- ⑤HACCPの認証取得の費用・手続きが複雑
- ⑥効果の実感が出来ず継続のモチベーションがない
- ⑦衛生管理に関するコスト負担は見合わない
- ⑧特になし
- ⑨その他 ()

5-2. 回答欄

Ⅲ 貴事業所の経営計画について

問1. 貴事業所の経営計画について伺います。どのくらいの期間で経営計画を策定していますか。

- 該当するものをすべてお選びください。 (複数選択可)
- ①毎年経営計画を策定している
 - ②3年～5年程度(中期)の経営計画を策定している
 - ③10年以上(長期)の経営計画を策定している
 - ④特定の期間ではないが、事業の方向性を示す何らかの計画を策定している
 - ⑤特に経営計画は策定していない

1. 回答欄

問1-1. 現在、貴事業所が取り組んでいる経営計画について3つまでお選びください。

- ①顧客ニーズの探索能力の強化
- ②新技術・新商品・新サービス開発 (3つまで選択)
- ③製品の品質向上
- ④生産プロセスの効率化・コスト削減
- ⑤小ロット対応
- ⑥短納期対応
- ⑦人材育成・確保・定着
- ⑧新規販路開拓の強化
- ⑨ネット販売導入・強化
- ⑩デジタル化による業務効率化
- ⑪販促・広報活動の強化
- ⑫その他 ()

1-1. 回答欄

問2. 商工会に最も力を入れて取り組んでほしい事業を3つまでお選びください

- ①人材育成・確保・定着支援
- ②原材料・エネルギー高騰対策支援 (3つまで選択)
- ③事業承継・経営者交代支援
- ④衛生管理・HACCP運用支援
- ⑤DX(デジタル化)推進支援
- ⑥販路開拓支援
- ⑦海外進出支援
- ⑧生産性向上・業務効率化支援
- ⑨経営改善・資金繰り支援
- ⑩各種制度等の情報発信
- ⑪特になし
- ⑫その他 ()

2. 回答欄

Ⅳ 商工会・行政へご意見・ご要望があればご記入下さい

