

2023秋の500社企業訪問 実施結果について

令和5年10月13日から12月8日にかけて、商工観光労働部職員による企業訪問調査を実施した結果をまとめたもの。

(主な調査項目)

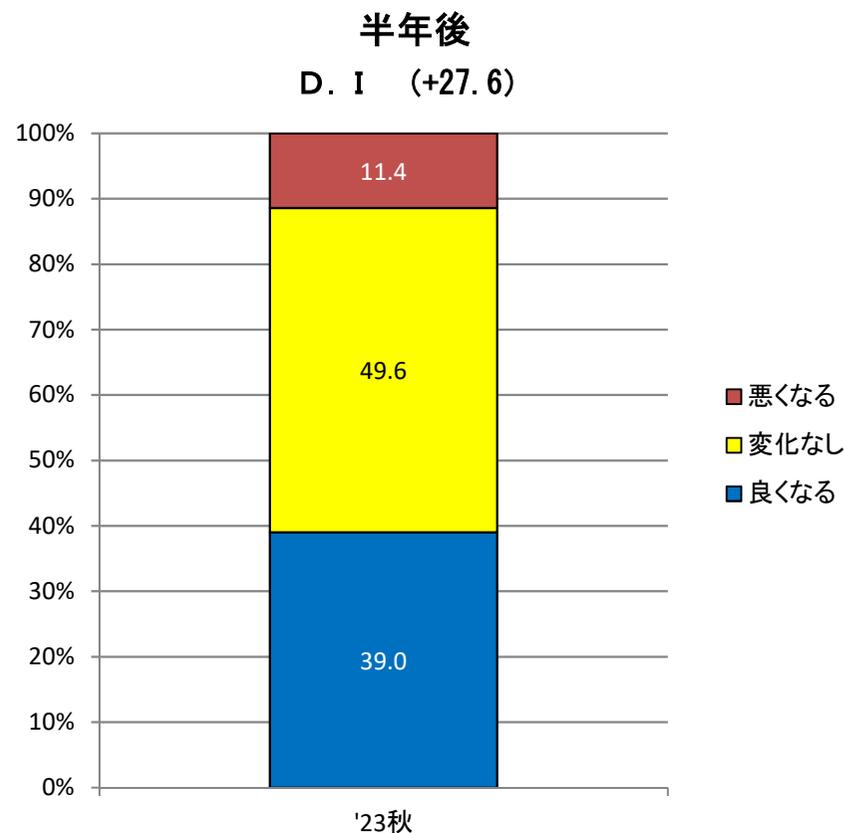
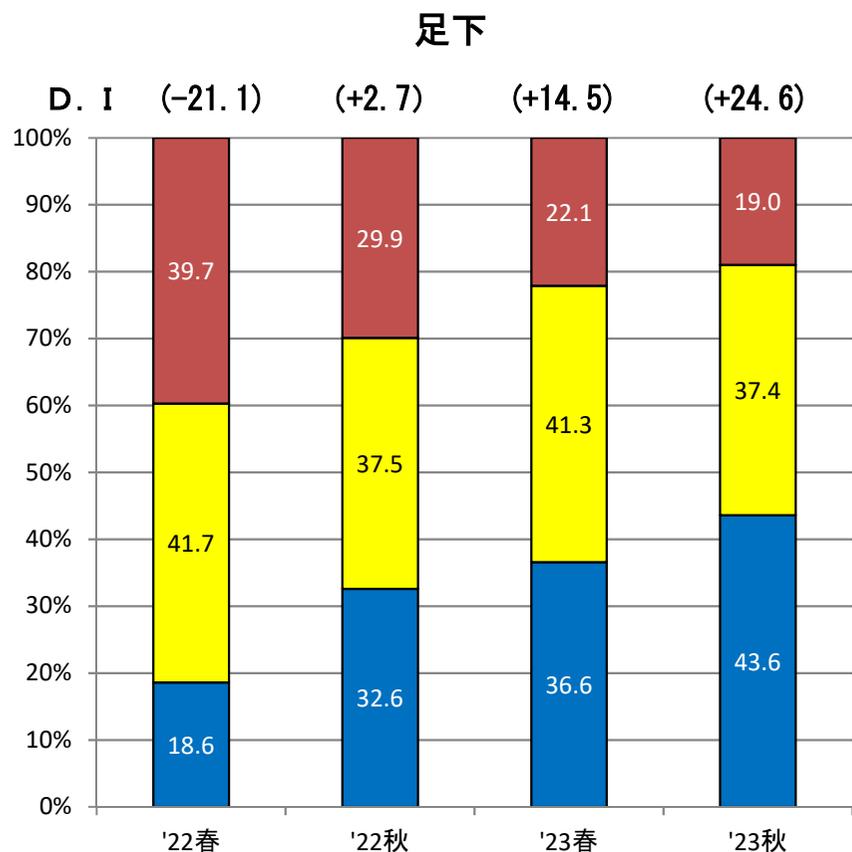
- ①足下及び半年後の景況感
- ②社会経済情勢の経営への影響
- ③影響への対応策
- ④DXの取組状況・取組内容
- ⑤BCPまたは災害や感染症等の対応マニュアルの策定状況
- ⑥設備投資計画
- ⑦人材確保状況
- ⑧働き方改革の取組
- ⑨賃上げの実施状況、賃上げに必要なこと
- ⑩物価高・賃上げに伴う価格転嫁実施状況
- ⑪事業承継
- ⑫経営上の課題
- ⑬利用した(検討中の)支援施策等
- ⑭県への要望

令和5年12月
商工観光労働部

1 足下及び半年後の景況感

① 全体（製造業＋非製造業）

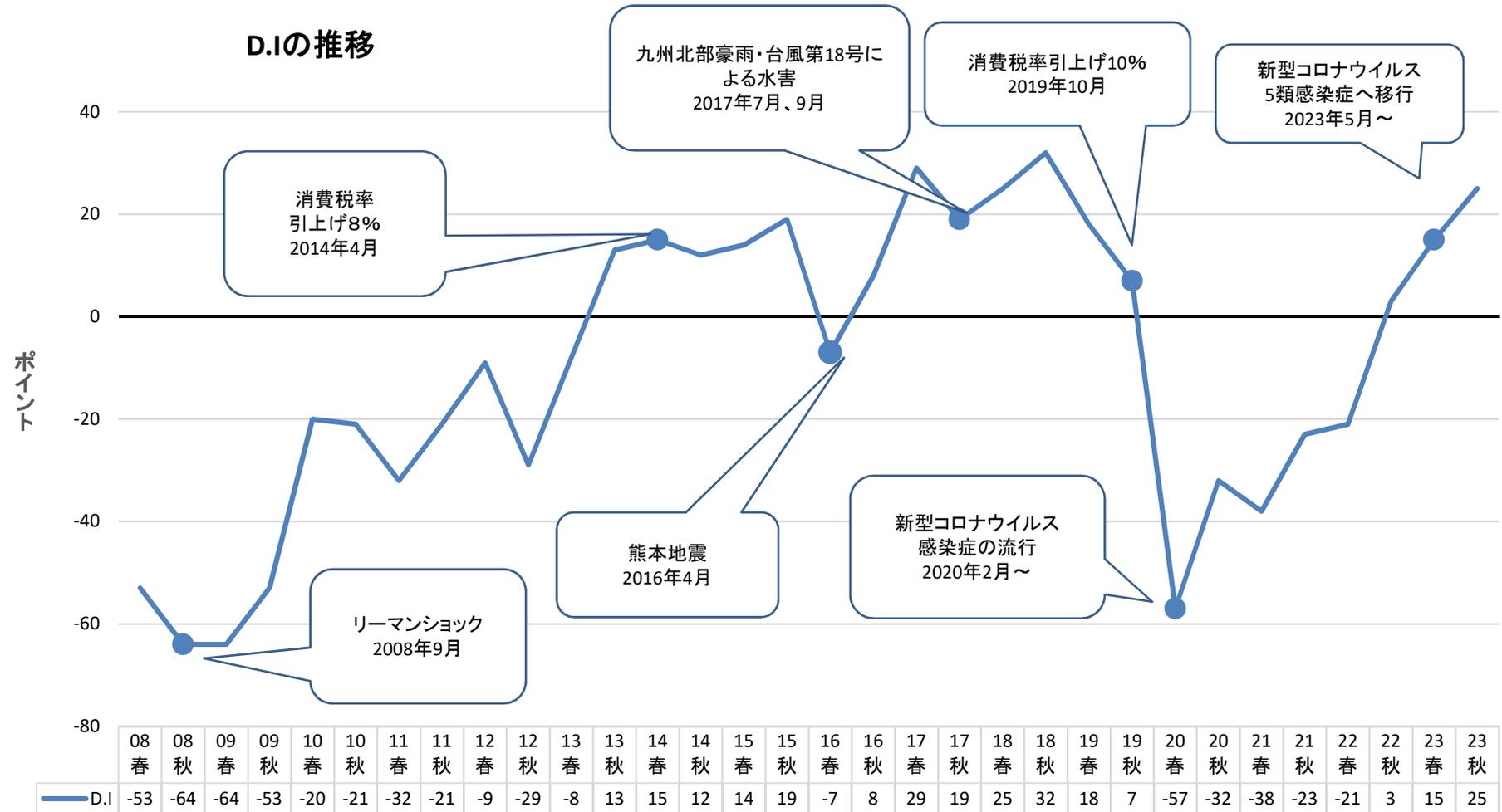
- ・訪問企業数は、471社(直接訪問449件、メール・電話14件、Web会議活用8件)
(製造業192社、非製造業239社、その他(各種団体)40件)
- ・全体の景況感は前回から更にプラスとなった。
- ・半年後の景況に関しては「変化なし」とする割合が高いが、原油・原材料価格高騰や、物流の2024年問題の影響などが懸念されるとの声が多く見受けられている。



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

② 景況感の推移

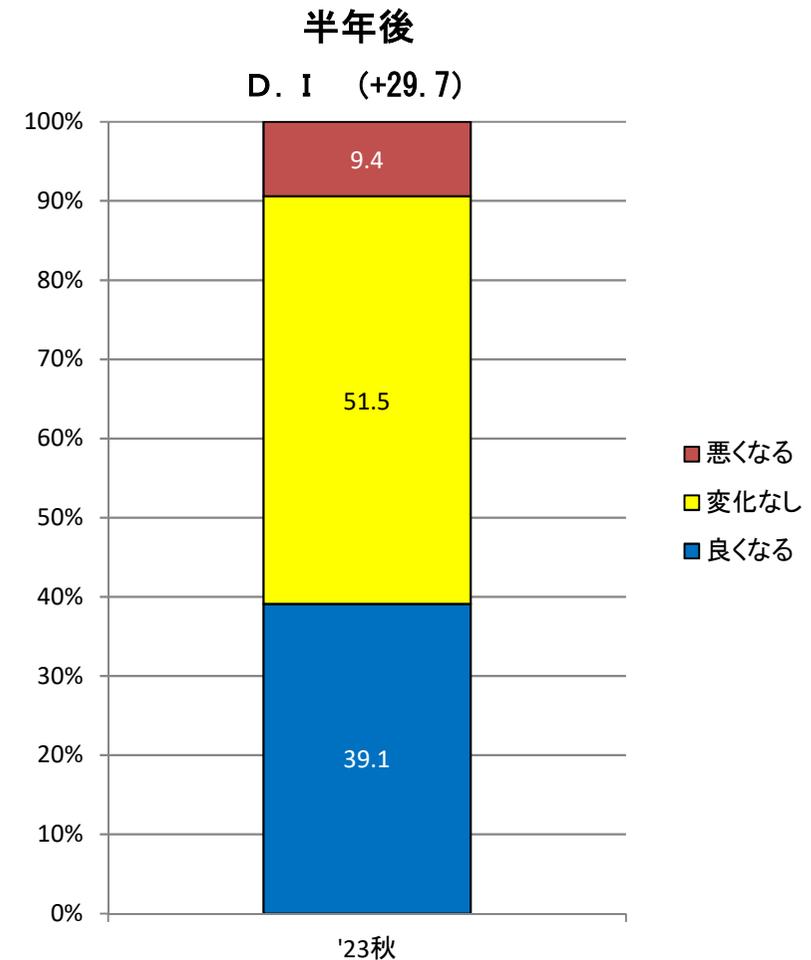
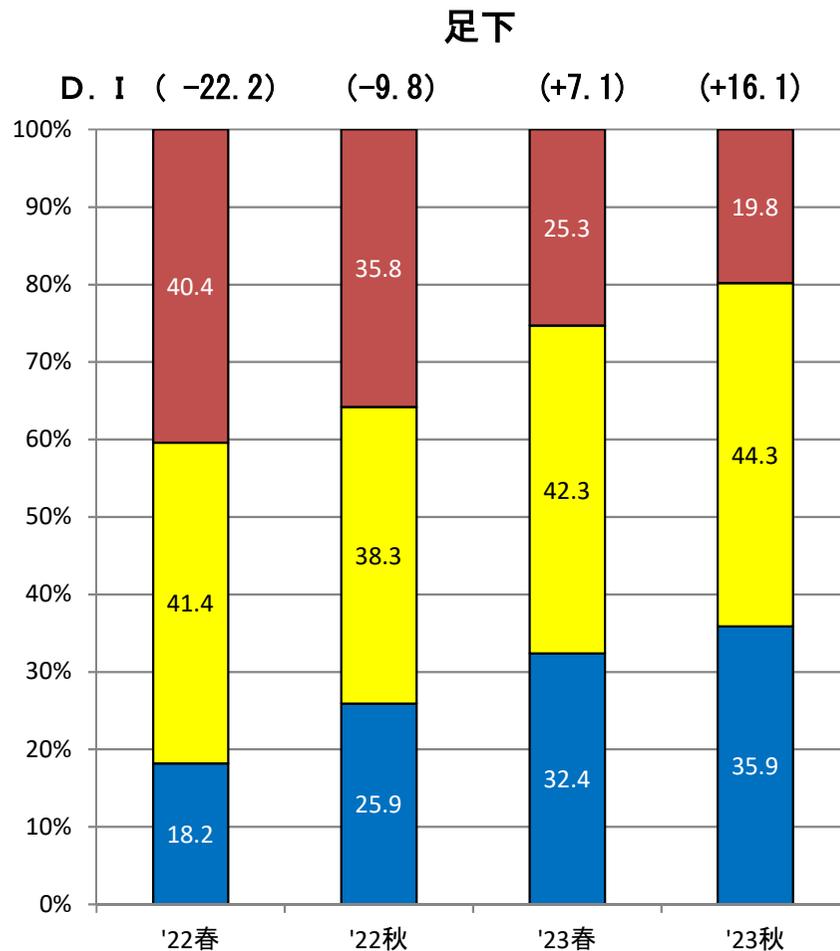
- ・ 業況判断指数（D. I）はプラス24.6ポイントとなり、5期連続で上昇。
- ・ 物価高騰等により厳しい状況が続いているが、各種支援策の効果等もあり回復の兆しが見られる。



※小数点以下は四捨五入

③ 製造業

- ・景況感は前回より改善し、2期連続でプラスとなった。
- ・業種別にみると「輸送機械(自動車等)」「食品加工」などでは回復した。
- ・半年後の景況感は+29.7(前回+38.0)ポイントとなっているが、原油・原材料価格の高騰、円安の影響などで先が見通せないとの声も多くあった。



主な業種の傾向について(企業の声)

1 電気機械(半導体等) (18社) D.I 46→11 (半年後) 33

景況感はプラスだが、前回から低下した。売り上げが落ち着いたとの声も見られた。

- R4年度は巣ごもり需要により業績が改善したが、R5は落ち着いてしまった。
- 円安の恩恵はあるが、売上げは横ばい。
- 今まで好況であったが、取引先の生産調整で若干調子は下がり気味。
- ファウンドリのキャパ不足が解消。自動車関係がコンスタントに需要があり好調。
- 車載・家電用の半導体の需要が見込まれ、関連する企業との取引が多い。

2 輸送機械(自動車等) (31社) D.I 3→23 (半年後) 19

景況感はプラスとなった。コロナ禍が明け、影響から回復している企業が多い。

- 昨年5月～8月は通常の半分近くまで売上が落ち込んだが、現在は生産量も増加し売上は回復している。
- 夏以降、自動車関連については計画を上回る生産依頼が来ており、今期は売上、利益ともに最高になる可能性もある。
- コロナで落ち込んでいたが、現在はほぼ100%まで持ち直している。
- 経費がかかるので困っている。なかなか収支が改善しない。

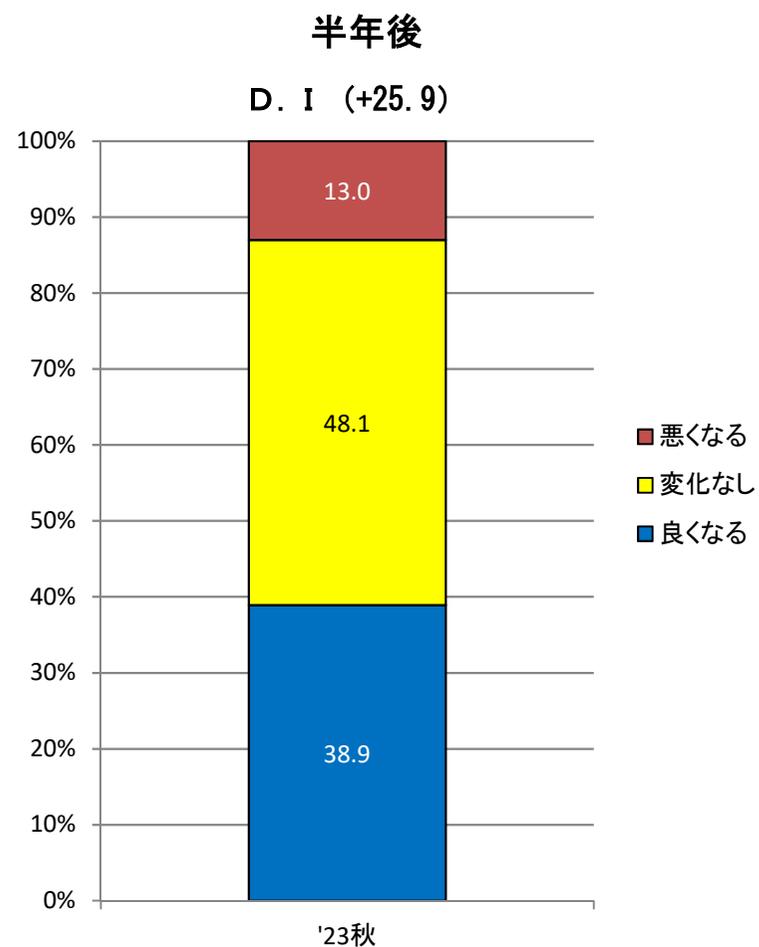
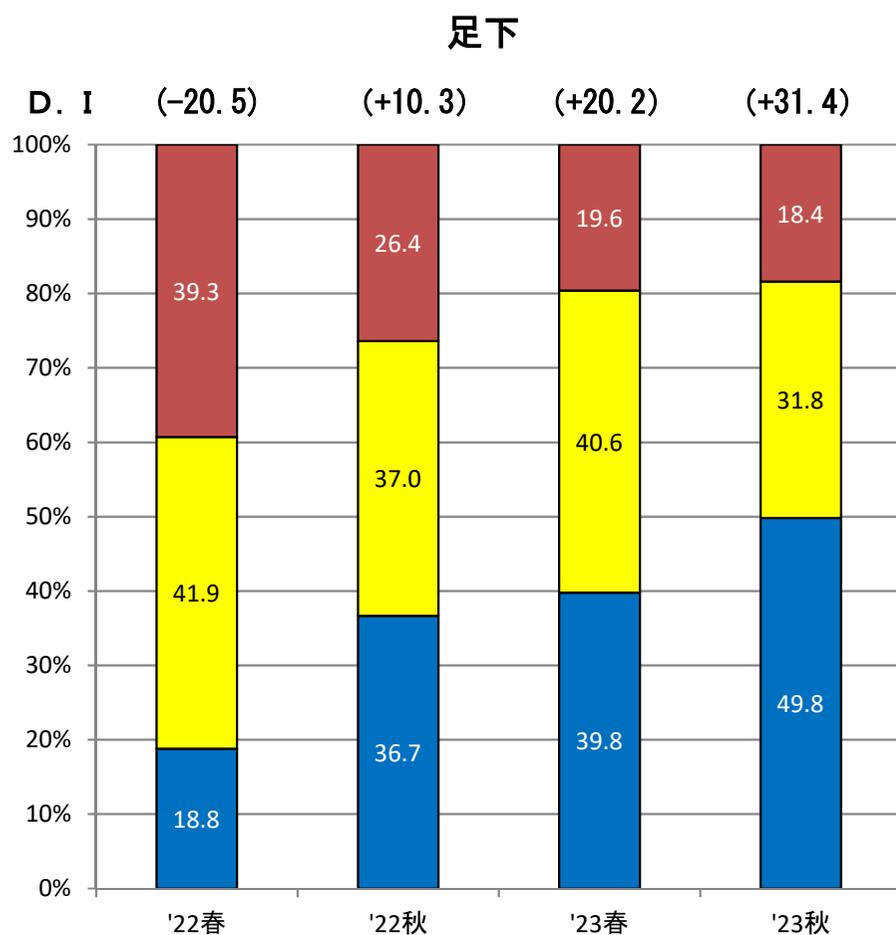
3 食品加工(50社) D.I ▲4→34 (半年後) 20

景況感はプラスに転じた。コロナ禍が明け、観光客の復活等により需要が回復してきている。

- 今年の秋ぐらいから観光客が戻ってきた。韓国からの観光客が増えている。
- 海外の顧客が毎週1回ほど観光バスにより来店、海外向けが伸びるようになった。
- 県外の人も、工場に来てくれるようになった。
- コロナ禍前と比較して若干戻ってきたが、2次会、3次会需要が減少した印象。
- 売上は増えたが、原材料費の高騰により増収減益。

④ 非製造業

- ・景況感は前回より改善し、3期連続のプラスとなった。
- ・業種別にみると「通信・情報」「対事業所サービス」などでプラスとなっているが、「卸・小売」などで悪化した。
- ・半年後の景況感は+25.9ポイントとなっているが、原材料価格の高騰や物流の2024年問題の影響が懸念されるといった声もあった。



主な業種の傾向について(企業の声)

1 通信・情報 (27社)  D.I 42→67 (半年後) 48

景況感はプラスとなった。DX化に対するニーズがあるとの声もある。

- DXに取り組む企業からの依頼により、受注は順調。
- 顧客も人材不足でアウトソーシングを希望する。
- ニーズが高まっており依頼が増えているため、売り上げ増加。
- デジタルを活用した情報発信ニーズは増えているが、人材がいらないため受け切れていないのが現状。

2 卸・小売 (32社)  D.I 12→▲9 (半年後) 9

景況感はマイナスに転じた。地域や取扱商品、業態でばらつきがある。

- 若干回復しているが、ギフト販売などは長期的に低下傾向。観光地での土産品などは回復しているが、スーパー系はコロナ禍よりも売上が下がった。
- 喫茶等の客足は完全にコロナ前に戻ったものの、業態(お茶小売)として、お歳暮商戦も減少傾向で景気が悪い。
- 紙の本の需要減に伴い、市立図書館への納品など官公需が減っている。
- コロナ前の水準に回復しつつあるが、一方で物価高の影響も受けている。

3 対事業所サービス (21社)  D.I 13→29 (半年後) 33

景況感はプラスとなった。回復してきているが、人手不足等の影響を受けている企業も見受けられる。

- 原材料価格の高騰があるが、価格転嫁を問題なく実施できている。
- TSMCの熊本進出の影響で日本全国から熊本への引越しが多く、来年3月まですでに予定が埋まってきている。
- コロナ前と比較するとまだ回復しきっていないが、徐々に回復している状況。
- 人の確保が困難。自動車関係は横ばいか少し上向き、電子系、半導体系は特に悪い。

主な業種の傾向について(企業の声)

4 宿泊 (67社)



D.I 48→60

(半年後) 21

景況感はプラスとなった。インバウンド回復の恩恵を受けている企業が多い。

- 売上、利益ともに好調。インバウンドの宿泊客はアジア圏(特に冬場は韓国人が多い)からの来訪が中心。客室は90%以上稼働している。
- コロナ前に戻ってきた印象。ビジネス利用が多い。市内でイベントが増えたことも影響している。会議後の懇親会も行われてきている。
- 団体の宴会付きの予約は減っている。その代わりに単価を上げて、収益を確保している。インバウンドの受入はコロナ前より多い。
- 売り上げも回復しつつあるが、コロナ前までは戻っていない。人材不足で満室にできない。

5 運輸 (11社)



D.I 23→0

(半年後) 55

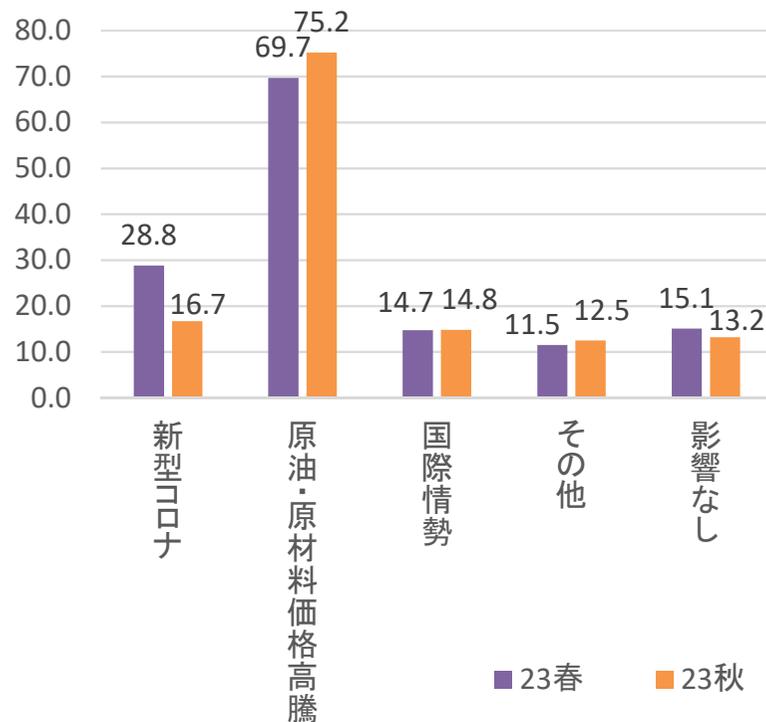
景況感は前回から悪化した。コロナ禍前の水準に戻りつつあるが、燃料高の影響がでているとの声がある。

- コロナ禍前の水準に戻ってきているが、燃料高騰の影響が直に出ている。
- 物流はあるが、労働条件が合致しない。運送業界の2024年問題がある。
- コロナ前よりは業績が良くなっている。取引先の車両部品の取扱いが増えてきた。
- ガソリン価格は高騰しているものの、タクシー賃金に反映しているので影響は小さい。コロナ前に比べると利用者は6~7割程度となっているが、少しずつ増えてきている。

2 社会経済情勢の経営への影響

- ・最も多かった回答は、原油・原材料価格高騰の75.2%。次いで、新型コロナの16.7%。
- ・業種別に見ても、原油・原材料価格高騰の影響を受けている事業者が多く、「運輸」「飲食」「宿泊」に関しては影響を受けている割合が100%となった。
- ・「通信・情報」では影響なしの回答割合が高く、システム開発のため影響がない等の意見が見られた。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

(%)

	新型コロナ	原油・原材料価格高騰	国際情勢	その他	影響なし
食品加工	26.0	92.0	24.0	8.0	2.0
電気機械	33.3	61.1	11.1	22.2	11.1
輸送機械	3.2	74.2	9.7	6.5	16.1
卸・小売	28.1	78.1	21.9	12.5	3.1
土木・建設	5.3	78.9	15.8	21.1	10.5
運輸	27.3	100.0	27.3	9.1	0.0
通信・情報	18.5	22.2	3.7	11.1	59.3
飲食	0.0	100.0	0.0	20.0	0.0
宿泊	4.5	100.0	1.5	3.0	0.0

※回答については複数回答可

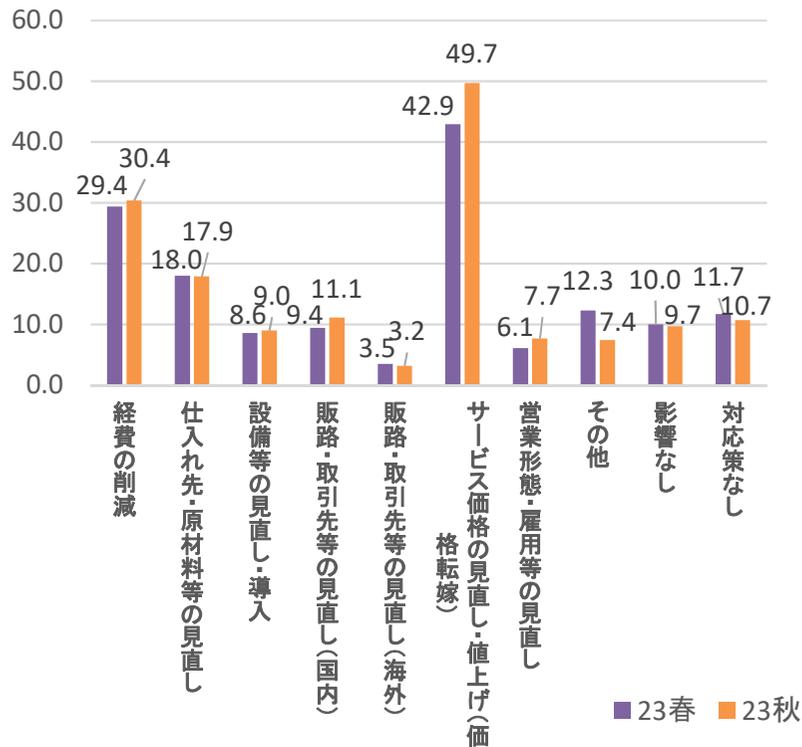
(企業の声)

- ・食材料費、リネンの高騰が厳しい。今年4月から宿泊料金を1000円程度引き上げた。(宿泊)
- ・円安や国際情勢(ロシア・ウクライナ)が輸入品に影響を与えている。(食品加工)
- ・光熱費や物流費の値上がりが厳しい。(輸送機械)
- ・直接的な影響はないが、クライアント経由で間接的に影響を感じる。(通信・情報)
- ・福島原発の処理水の風評被害で、中国からの旅行団がキャンセルになったことがあった。(飲食)

3 影響への対応策

- ・最も多かった回答は、サービス価格の見直し・値上げ(価格転嫁)の49.7%。次いで経費の削減の30.4%。
- ・「食品加工」「土木・建設」「飲食」などでは、仕入れ先・原材料等の見直しを行っているとの回答も多かった。
- ・対応策なしの回答は全体で10.7%であり、価格転嫁が受け入れてもらえない等の理由が見受けられた。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

(%)

	経費の削減	仕入れ先・原材料等の見直し	設備等の見直し・導入	販路・取引先等の見直し(国内)	販路・取引先等の見直し(海外)	サービス価格の見直し・値上げ(価格転嫁)	営業形態・雇用等の見直し	その他	影響なし	対応策なし
食品加工	38.0	28.0	12.0	30.0	8.0	60.0	18.0	0.0	2.0	4.0
電気機械	16.7	11.1	22.2	0.0	0.0	22.2	5.6	33.3	5.6	33.3
輸送機械	29.0	3.2	3.2	3.2	0.0	54.8	3.2	12.9	6.5	9.7
卸・小売	25.0	15.6	6.3	12.5	6.3	65.6	9.4	6.3	3.1	6.3
土木・建設	52.6	21.1	10.5	10.5	5.3	42.1	15.8	0.0	10.5	0.0
運輸	36.4	0.0	9.1	9.1	0.0	45.5	9.1	9.1	0.0	18.2
通信・情報	0.0	3.7	0.0	3.7	0.0	7.4	7.4	7.4	48.1	25.9
飲食	40.0	100.0	0.0	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0
宿泊	35.8	22.4	6.0	7.5	3.0	77.6	1.5	6.0	0.0	11.9

※回答については複数回答可

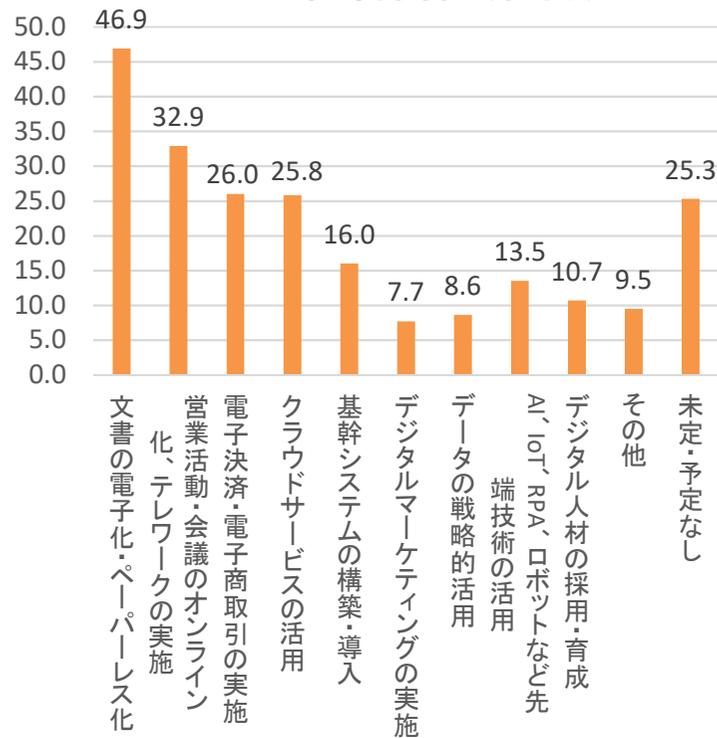
(企業の声)

- ・料理単価は上げているが、客室単価は競合が多いため上げられていない。(宿泊)
- ・メーカーの値上げに連動して商品価格を引き上げた。販路開拓のため商談会に参加。(卸・小売)
- ・納品先の本社に価格転嫁を受け入れてもらえない。(電気機械)
- ・自家消費型太陽光発電を導入予定で、電気代の削減を図る。(食品加工)
- ・DXに取り組むことで業務を効率化しようと試みている。(電気・ガス)

4 DXの取組状況・取組内容

- ・「既に取り組んでいる」「今後取り組み予定」と答えた企業は全体の約7割となっている。
- ・「文書の電子化」「会議等のオンライン化・テレワーク」については、3割以上が取り組んでおり、「情報・通信」では8割近くとなっている。
- ・「未定・予定なし」の割合は25.3%であり、「輸送機械」「運輸」等で多くなっている。

回答割合(合計)



主な業種別の内訳

	文書の電子化・ペーパーレス化	営業活動・会議のオンライン化、テレワークの実施	電子決済・電子商取引の実施	クラウドサービスの活用	基幹システムの構築・導入	デジタルマーケティングの実施	データの戦略的活用	AI、IoT、RPA、ロボットなど先端技術の活用	デジタル人材の採用・育成	その他	未定・予定なし
食品加工	30.0	20.0	16.0	14.0	14.0	4.0	0.0	4.0	8.0	16.0	32.0
電気機械	55.6	33.3	22.2	33.3	27.8	11.1	22.2	33.3	44.4	16.7	16.7
輸送機械	29.0	12.9	9.7	0.0	9.7	0.0	3.2	16.1	3.2	9.7	51.6
卸・小売	34.4	21.9	28.1	15.6	6.3	9.4	3.1	3.1	3.1	9.4	34.4
土木・建設	57.9	42.1	10.5	36.8	10.5	10.5	15.8	15.8	21.1	10.5	15.8
運輸	36.4	36.4	27.3	36.4	27.3	18.2	18.2	36.4	27.3	9.1	45.5
通信・情報	77.8	81.5	40.7	66.7	33.3	22.2	22.2	29.6	44.4	3.7	3.7
飲食	40.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0
宿泊	41.8	10.4	49.3	17.9	6.0	0.0	1.5	6.0	0.0	13.4	28.4

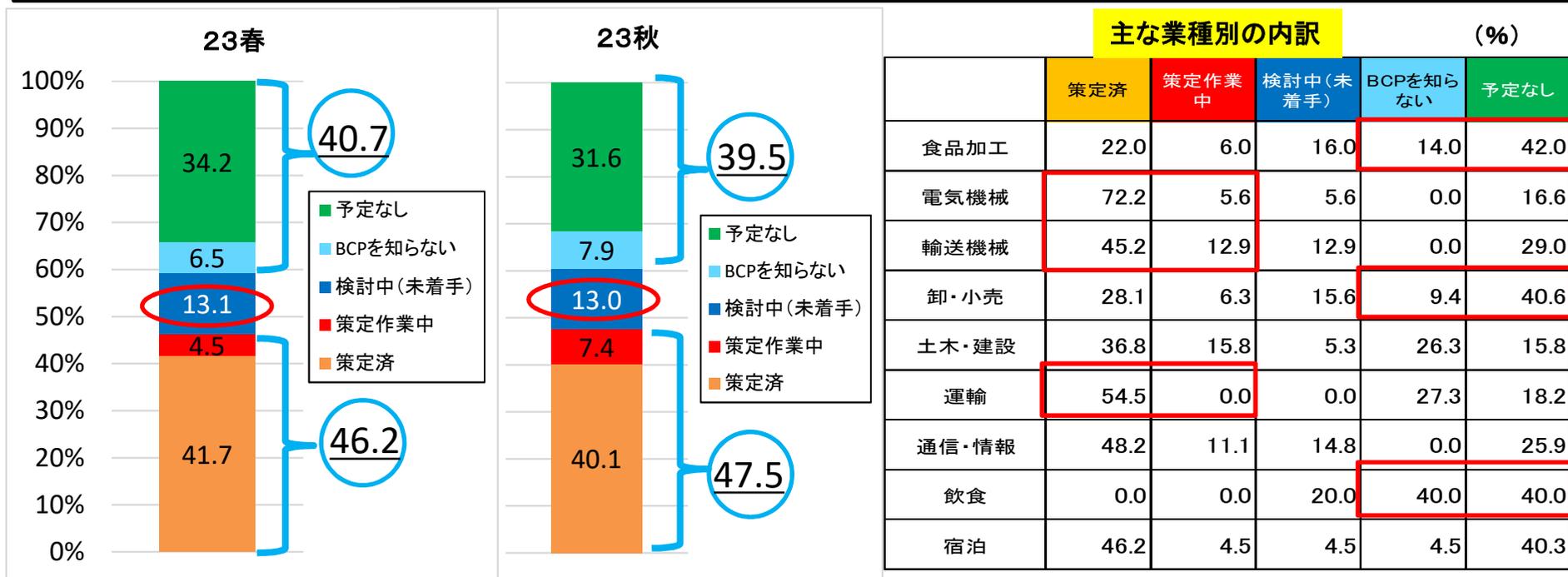
※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・勤怠管理、有給休暇管理システム(クラウド)、WEB会議等を導入済。(通信・情報)
- ・上層部がインターネットバンキング等にも懐疑的であり、取組を進めることが難しい。(食品加工)
- ・自動チェックイン機器(精算を含む)の導入やキャッシュレス対応のほか、産廃マニフェストやお客様アンケートの電子化を行っている。(宿泊)
- ・人員に余裕がなく、スキル面や工数面で対応する人員がいない。(輸送機械(自動車))

5 BCPまたは災害や感染症等の対応マニュアルの策定状況

- ・47.5%の企業が、「策定済」「策定作業中」であり、特に「電気機械」「輸送機械」「運輸」等が多い。
- ・13.0%の企業が未着手ながらも策定を検討中である。
- ・BCPについて「知らない・予定なし」の回答が4割程度あり、特に「食品加工」「卸・小売」「飲食」等が多い。
引き続き策定の重要性の周知が必要である。
- ・「策定済」「策定作業中」の企業のうち、災害及び感染症に対応したBCPを策定している企業は71%だった。
- ・自然災害および感染症の「複合災害」に対応したBCPの策定が求められる。

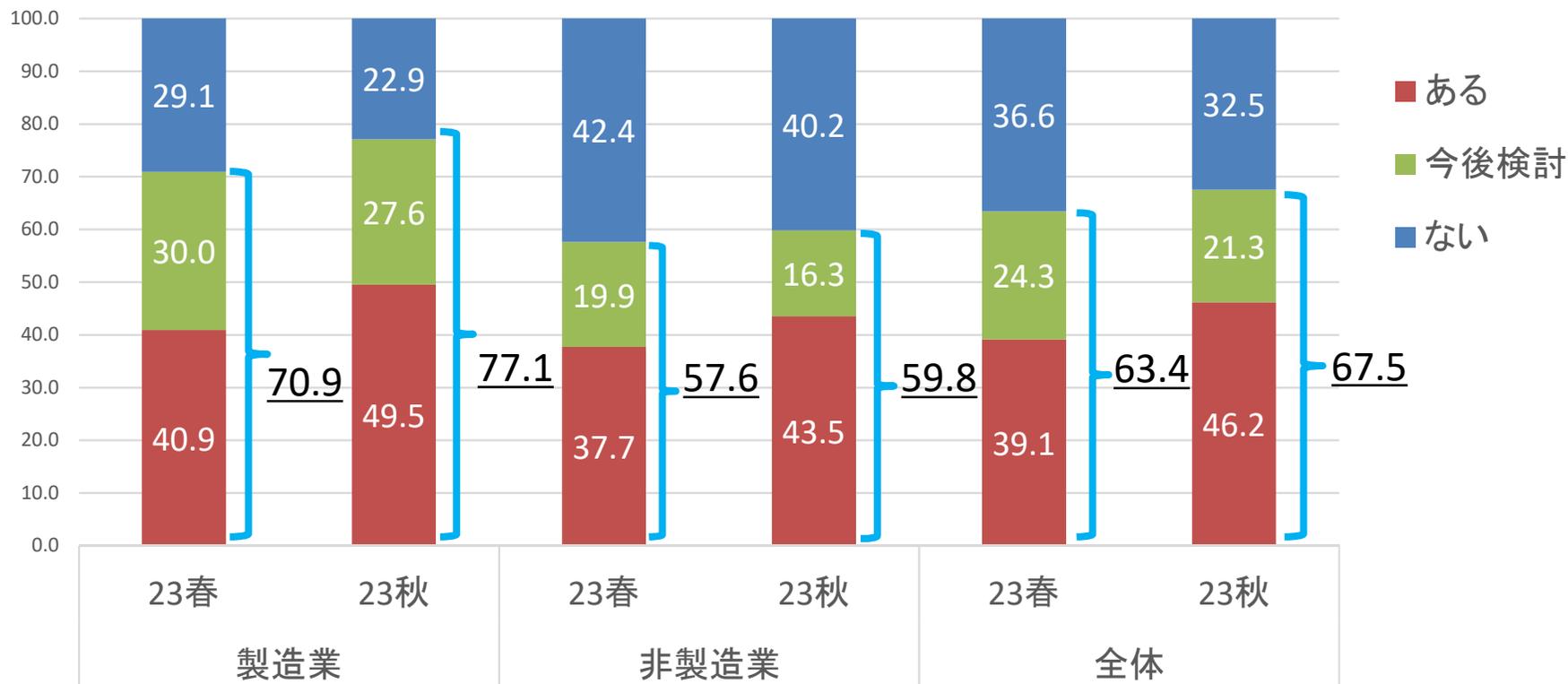


(企業の声)

- ・取引先からも依頼があり、策定済である。(金属製品)
- ・BCPは必要と思うが知識がなかった。(土木・建設)
- ・最近、様々なところからBCP対策という言葉聞く。策定しなくてはと思っている。(電気・ガス)
- ・宿泊施設のため、BCPはなし。非常時訓練は毎月テーマを決めて実施している。(宿泊)
- ・あまり必要性を感じていない。(卸・小売)

6 設備投資計画の有無

- ・全体を見たときに、「ある」「今後検討」と回答した企業は67.5%（前回63.4%）と伸びている。
- ・特に製造業は77.1%（前回70.9%）と伸びており、コロナ後の反転攻勢に向けた積極的な投資の傾向がみられる。

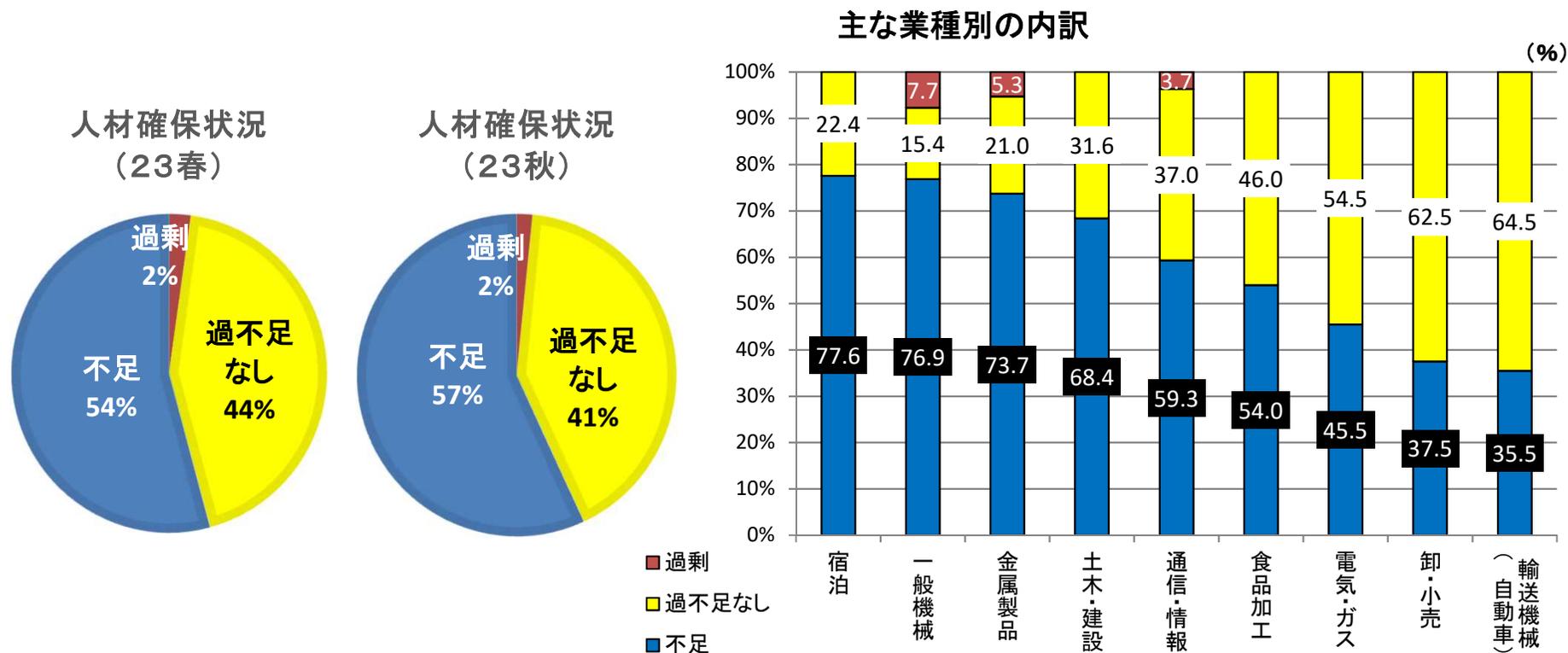


(企業の声)

- ・スペックの見直しや受注に対応した設備投資を実施している。(輸送機械(自動車))
- ・太陽光発電設備を新設し、工場の屋根に取り付ける予定。(金属製品)
- ・福利厚生のための運動器具等を導入予定。(電気機械)
- ・現状、コロナ融資の返済を猶予してもらっており、R6年3月から返済が開始することになる。その返済が開始しないと設備投資にどれほど資金を充てられるのか検討がつかない。(宿泊)

7 人材確保状況

- ・57%の企業が「人材不足」と回答し、「過不足なし」は41%、「過剰」については全体の2%であった。
- ・人材不足と答えた割合が多い業種をみると、「宿泊」「一般機械」「金属製品」が7割を超えており、業界全体で深刻な人手不足の状態となっている。
- ・「卸・小売」や「輸送機械」では、「過不足なし」と回答した企業が多かった。



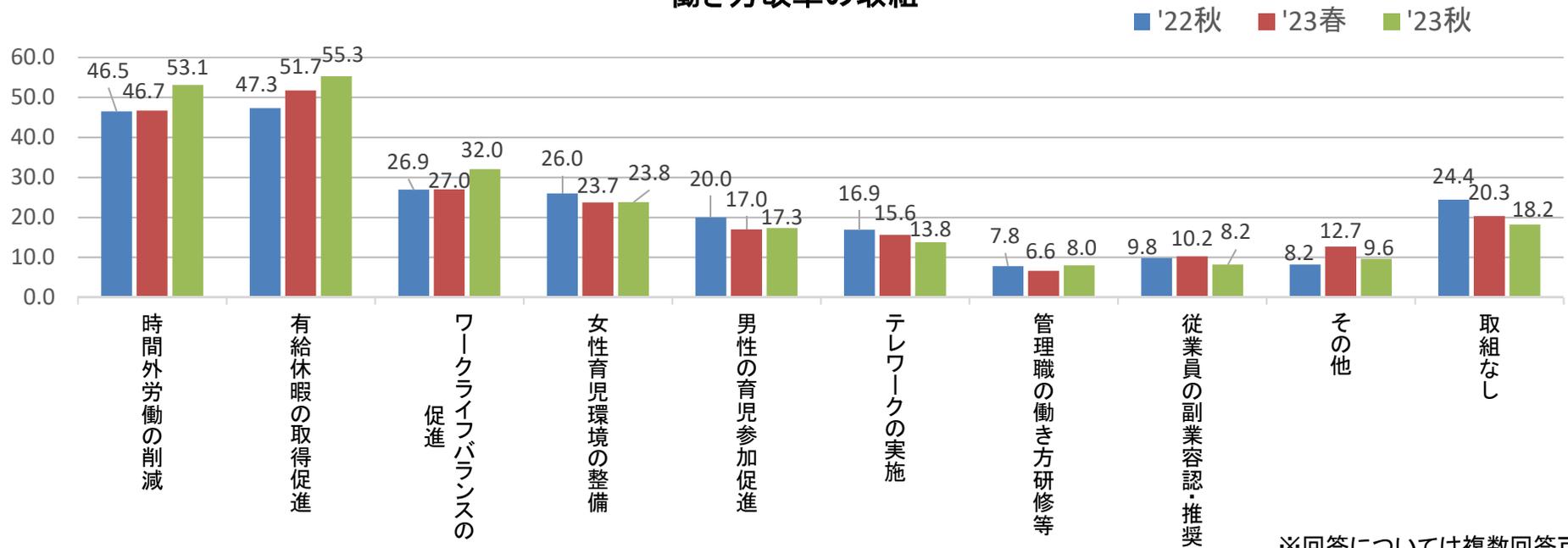
(企業の声)

- ・清掃、接客等で不足している。宿泊単価をあげたので稼働率を抑制している。(宿泊)
- ・ハローワークに出したり、実業系高校に声をかけたりするが、大手に流れていく。(金属製品)
- ・専門人材(建設)の不足。新卒採用は厳しく、2023年採用は0人。(土木・建設)
- ・人の採用はうまくいっているが、平均年齢が高いのが悩み。(卸・小売)
- ・定年退職する人員を見越して少し多めに配置している。(紙・パルプ)

8 働き方改革の取組

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

働き方改革の取組

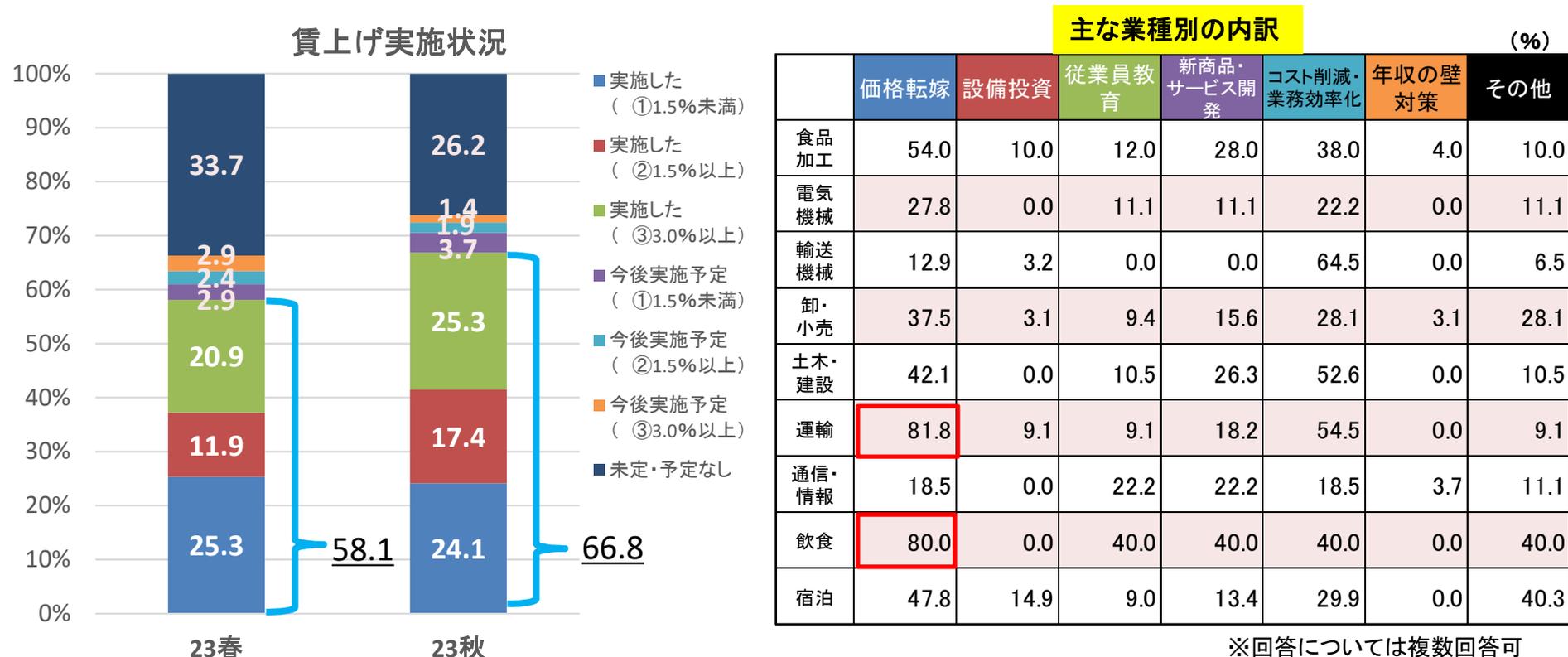


(企業の声)

- ・人事評価制度の変更により休暇を増加。時間外をグラフで計測提示し、必要に応じて指導を行う。働き方研修として営業向けの社外研修も行っている。(金属製品)
- ・作業工程を効率化して時間外労働の削減に取り組んでいる。(電気・ガス)
- ・管理職の研修は産業創造機構のものを活用。有給休暇の取得については、メール等で適宜促している。(通信・情報)
- ・物流の2024年問題があるため、時間外労働削減に着手するつもり。(運輸)

9 賃上げの実施状況、賃上げに必要なこと

- ・賃上げを「実施済」と回答した割合は66.8%であり、半数以上の企業で賃上げが実施されている状況。
- ・「実施済」に加え、「今後実施予定」まで合わせると、割合は73.8%(前回66.3%)となる。
- ・賃上げに必要なことでは、「価格転嫁」43.2%、「コスト削減・業務効率化」35.7%の順となる。
- ・「運輸」「飲食」等では「価格転嫁」と回答した割合が高くなっている。



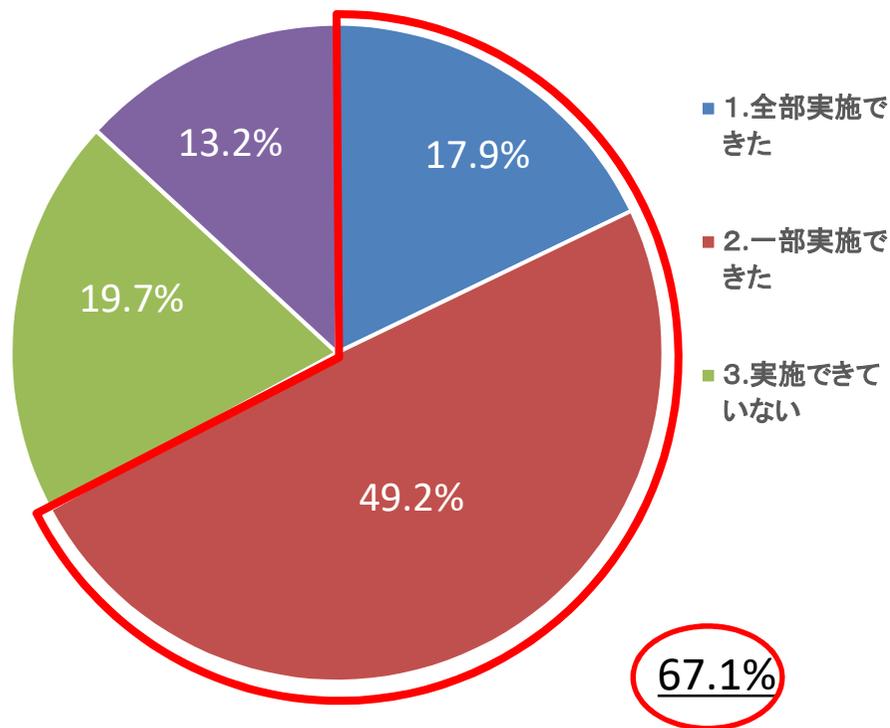
(企業の声)

- ・社員全員で商品改良に向けたミーティングを行い、冷凍商品の商品化を目指している。(食品加工)
- ・従業員の生産性向上のため研修を実施。DX導入による業務の効率化を図る。(土木・建設)
- ・受注先が単価を上げてくれない限り、賃上げは難しい。(鋼鉄・非鉄金属)
- ・賃上げしたいが資金繰りが厳しく、上げることができない。(宿泊)

10 物価高・賃上げに伴う価格転嫁実施状況

- ・最も多かった回答は「一部実施できた」の49.2%、次いで「実施できていない」の19.7%となっており、価格転嫁の実施が進んでいる一方、全部を実施するまでには至っていない企業も多い。
- ・業種別にみると「土木・建設」では価格転嫁が比較的進んでおり、「食品加工」「輸送機械」「飲食」でも「一部実施できた」と回答した割合が高く、価格転嫁が少しずつ進んでいる。

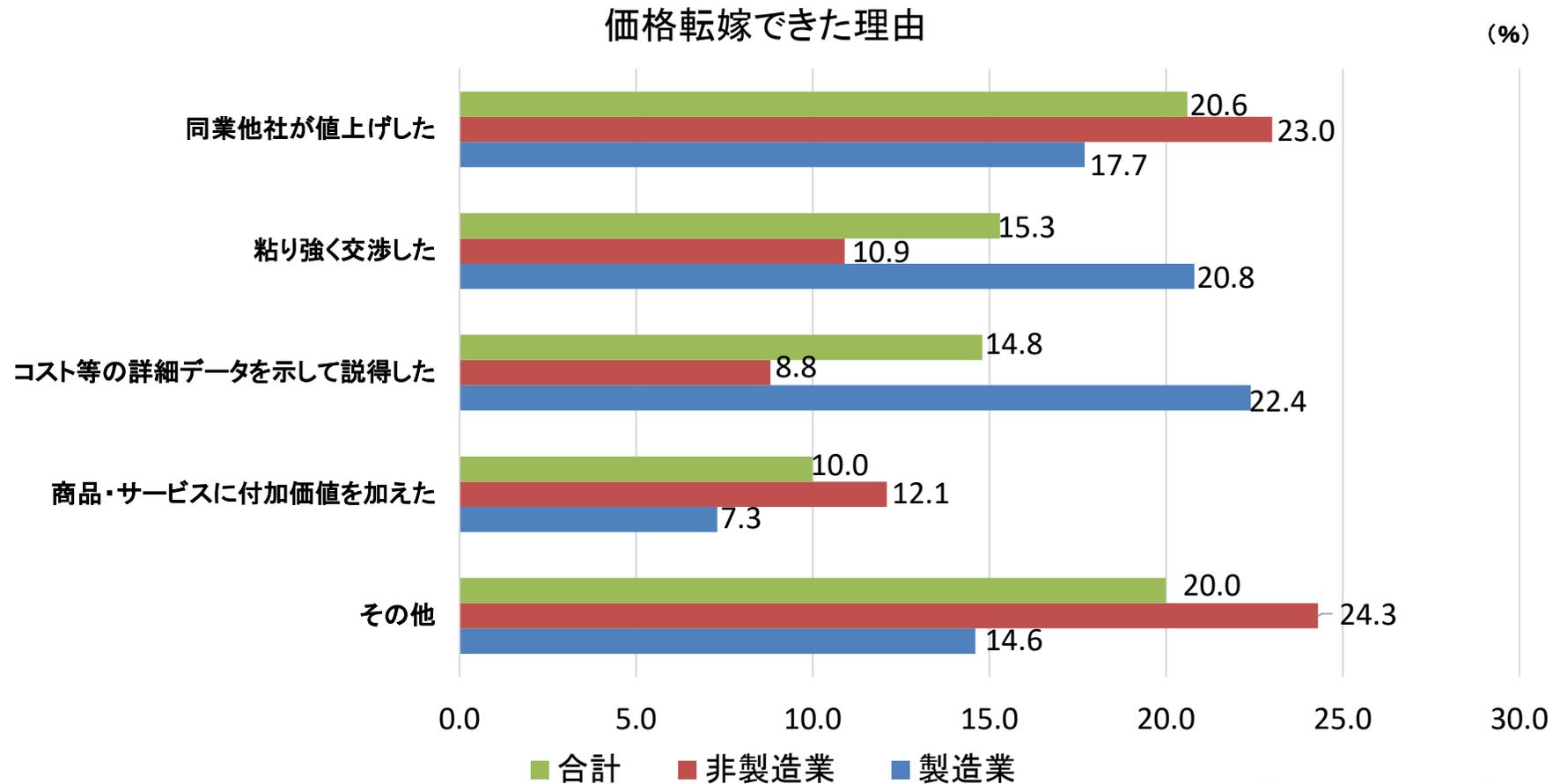
価格転嫁実施状況



主な業種別の内訳

	主な業種別の内訳 (%)			
	1. 全部実施できた	2. 一部実施できた	3. 実施できていない	4. そもそも物価高等の影響を受けていない
食品加工	16.0	68.0	12.0	4.0
電気機械	0.0	33.4	33.3	33.3
輸送機械	12.9	61.3	19.3	6.5
卸・小売	34.4	50.0	9.4	6.2
土木・建設	36.8	57.9	5.3	0.0
運輸	18.2	45.4	27.3	9.1
通信・情報	14.8	22.2	14.8	48.2
飲食	20.0	80.0	0.0	0.0
宿泊	20.9	52.2	23.9	3.0

①価格転嫁できた理由

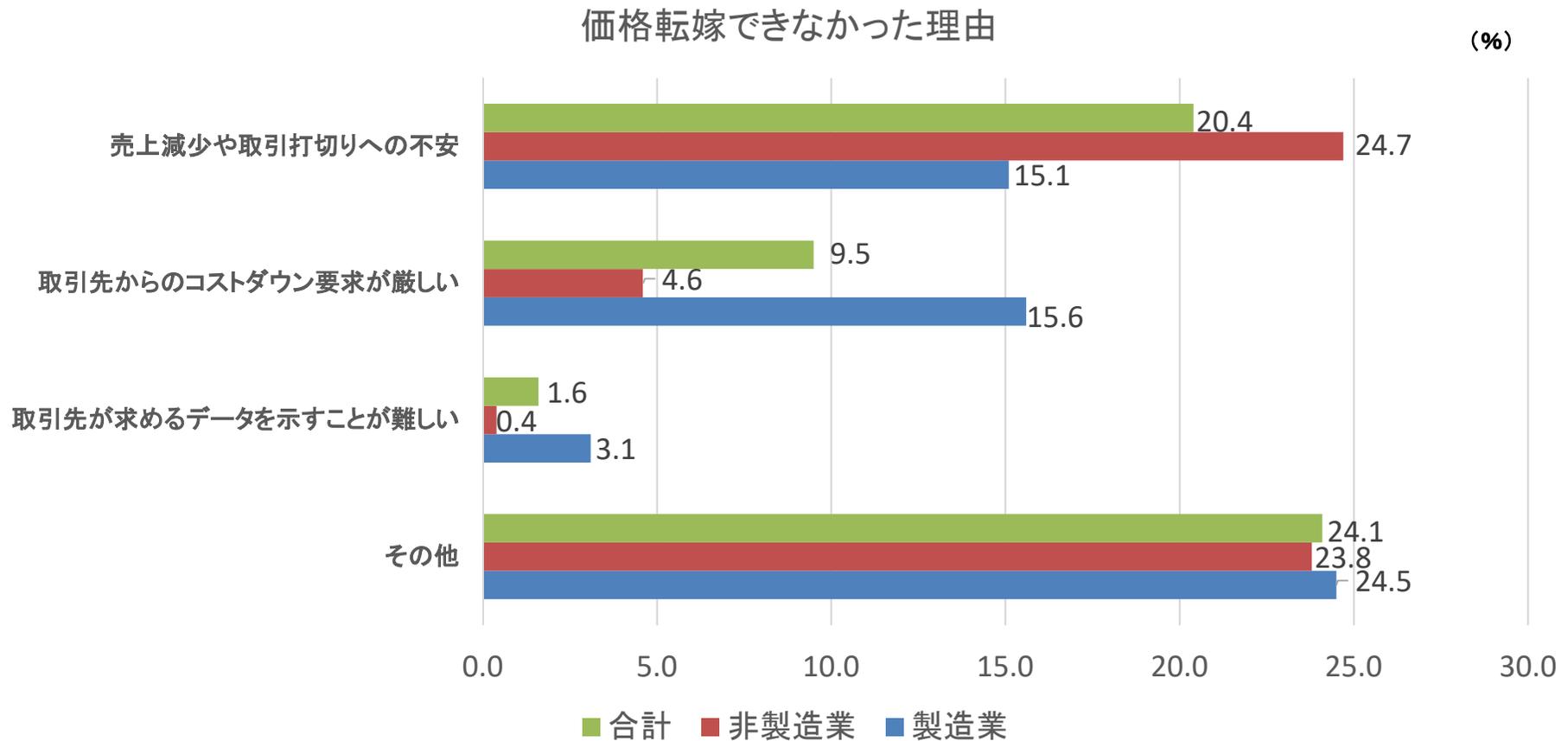


※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・根拠を出さないと顧客を納得させられないため、データを示すようになった。(土木・建設)
- ・社会的に値上がりの情報が浸透しており、理解のある企業が多い。(輸送機械(自動車))
- ・他電力会社の値上げや顧客に対しての丁寧な説明を行った。(電気・ガス)
- ・客室改修など行い、高付加価値化を図った。(宿泊)
- ・夜営業を実施し、客単価を上げる。(飲食)

②価格転嫁できない理由



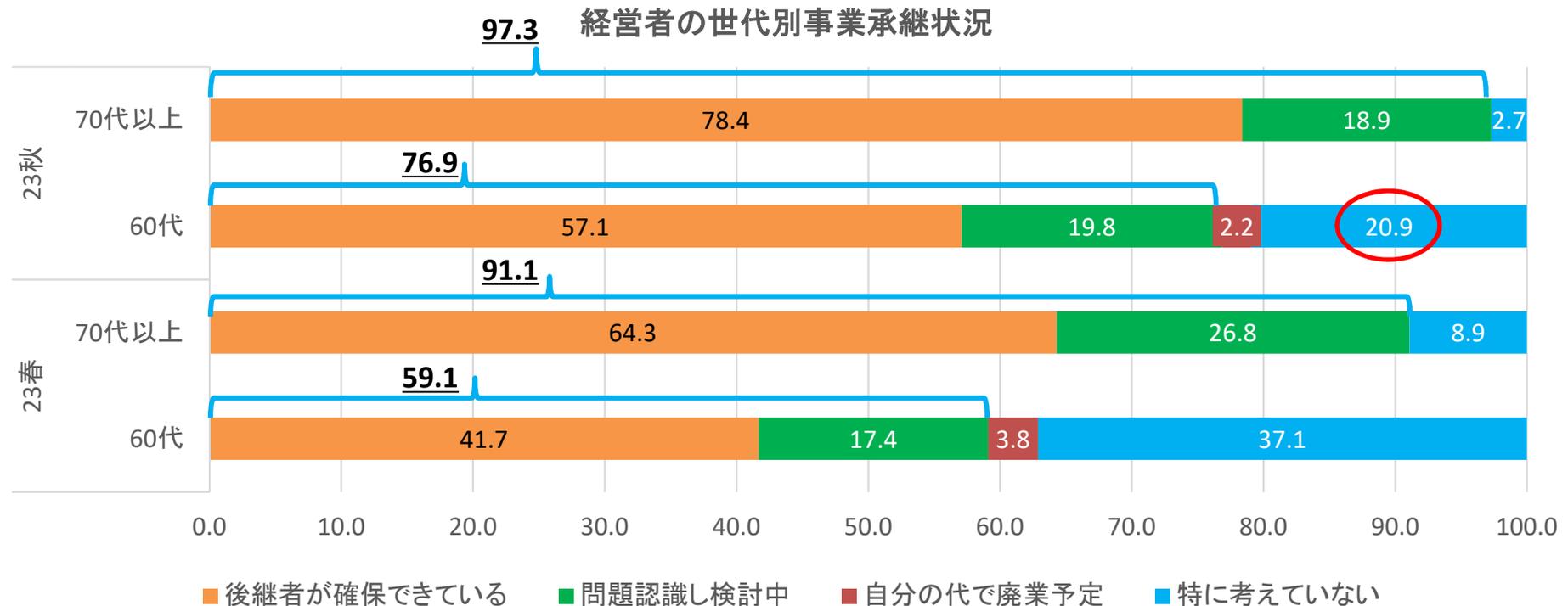
※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・価格を上げたら、別会社に変更されるだけであり、価格転嫁は容易ではない。(木材・木製品)
- ・納入先の本社が価格転嫁を受け入れない。(電気機械)
- ・定期的なもので単価が決まっているものがある。(輸送機械(自動車))
- ・顧客心理を考えると仕入れ価格高騰率相当の極端な値上げに踏み込めない。(飲食)

11 事業承継の必要性

- ・「後継者を確保できている」又は「検討中」の割合は、60代の経営者で76.9%(前回59.1%)、70代以上の経営者では97.3%(前回91.1%)と高くなっている。
- ・60代の経営者では「特に考えていない」の回答が20.9%となっており、後継者育成など事業承継に向けた計画的な準備の必要性が感じられる。



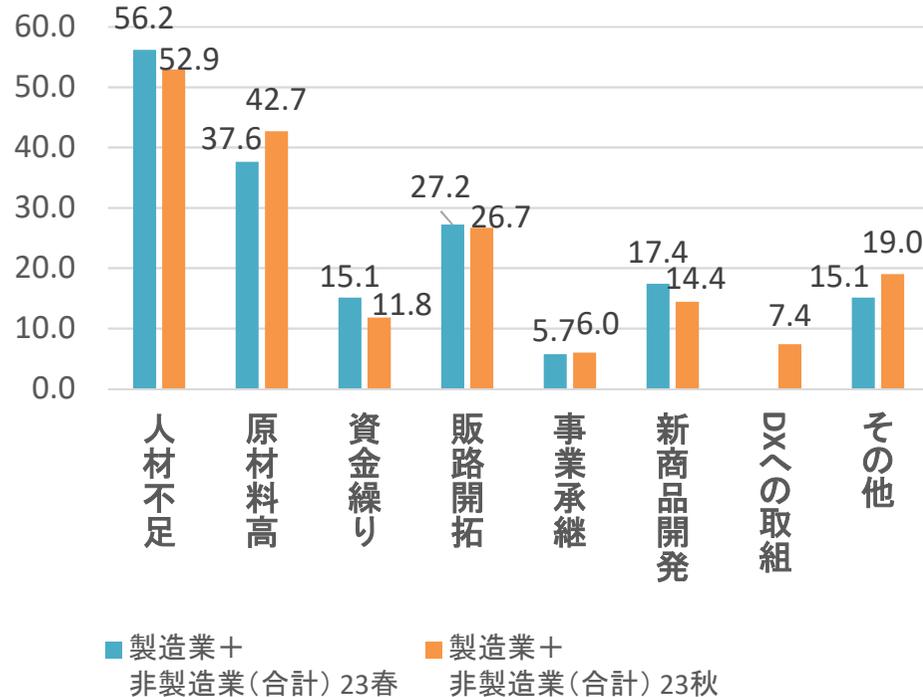
(企業の声)

- ・息子が承継する予定。(金属製品)
- ・すでに育成に入り、部長に取締役をさせながらマネジメントさせている。(運輸)
- ・後継者がいないので、大学等と連携して若い人材を育成したり、ノウハウを伝えて、自分の理念に共感してもらえる若い人に事業を承継したいと考えている。(食品加工)
- ・まだ若いため考えていない。(飲食)

12 現在の経営上の課題

- ・人材不足を課題に挙げている割合は全体で52.9%と5割を超えており、特に、「土木・建設」「宿泊」で高い。
- ・原材料高を課題に挙げている割合は全体で42.7%となっており、製造業、非製造業ともに、ほぼ全ての業種で高くなっている。
- ・このほか、「食品加工」「卸・小売」「通信・情報」「飲食」では販路開拓を課題として挙げる割合が高い。

回答割合(全体) ※「DXへの取組」は23秋から追加



主な業種別の内訳

(%)

	人材不足	原材料高	資金繰り	販路開拓	事業承継	新商品開発	DXへの取組	その他
食品加工	40.0	68.0	18.0	40.0	8.0	18.0	10.0	14.0
電気機械	44.4	38.9	11.1	5.6	0.0	11.1	11.1	38.9
輸送機械	54.8	12.9	0.0	19.4	0.0	9.7	12.9	25.8
卸・小売	37.5	53.1	15.6	31.3	3.1	12.5	12.5	15.6
土木・建設	63.2	57.9	26.3	15.8	15.8	10.5	10.5	10.5
運輸	45.5	63.6	9.1	0.0	27.3	9.1	9.1	18.2
通信・情報	51.9	7.4	0.0	33.3	7.4	22.2	0.0	22.2
飲食	60.0	40.0	40.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0
宿泊	70.1	58.2	20.9	16.4	9.0	4.5	1.5	22.4

※回答については複数回答可

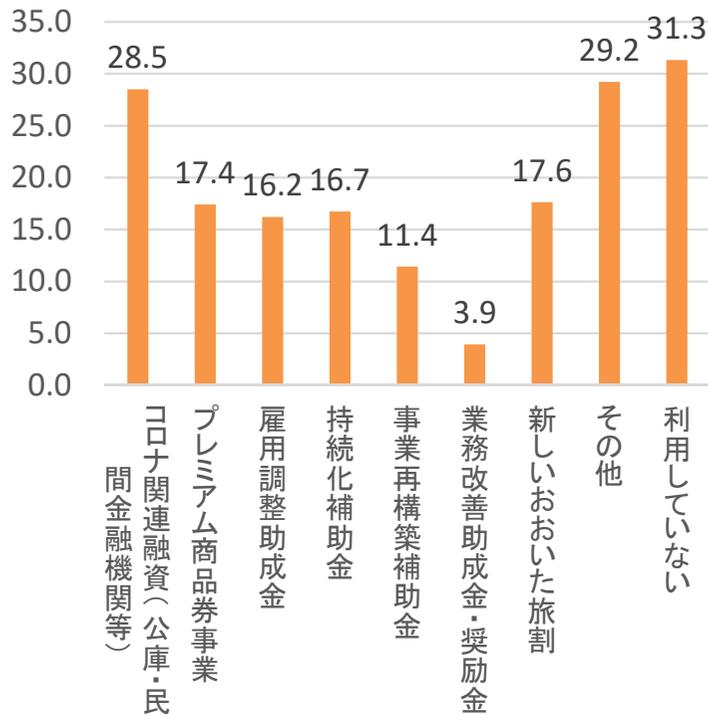
(企業の声)

- ・特に人材不足が問題である。ハローワークの募集では応募がない。(宿泊)
- ・原材料価格高騰により商品の値段を上げざるを得ない。(卸・小売)
- ・コロナ資金の返済が始まるため、資金繰りが課題。(運輸)
- ・海外も含め、自社商品のさらなる販路を開拓中。(医療医薬品)
- ・正社員の平均年齢が上昇しており、若い人への技術伝授、引き継ぎが課題。(食品加工)

13 利用した(検討中の)支援施策等

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

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

(%)

	コロナ関連融資 (公庫・民間金融機関等)	プレミアム商品券事業	雇用調整助成金	持続化補助金	事業再構築補助金	業務改善助成金・奨励金	新しいおおいた旅割	その他	利用していない
食品加工	50.0	12.0	16.0	24.0	16.0	8.0	6.0	30.0	20.0
電気機械	16.7	0.0	11.1	11.1	5.6	5.6	0.0	44.4	27.8
輸送機械	9.7	3.2	6.5	3.2	6.5	3.2	0.0	16.1	74.2
卸・小売	34.4	50.0	6.3	21.9	6.3	6.3	0.0	34.4	3.1
土木・建設	31.6	5.3	10.5	31.6	10.5	0.0	5.3	31.6	26.3
運輸	27.3	0.0	18.2	18.2	0.0	0.0	9.1	9.1	45.5
通信・情報	18.5	0.0	11.1	14.8	3.7	0.0	0.0	18.5	59.3
飲食	20.0	40.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	60.0	20.0
宿泊	50.7	59.7	44.8	23.9	20.9	9.0	94.0	35.8	0.0

※回答については複数回答可

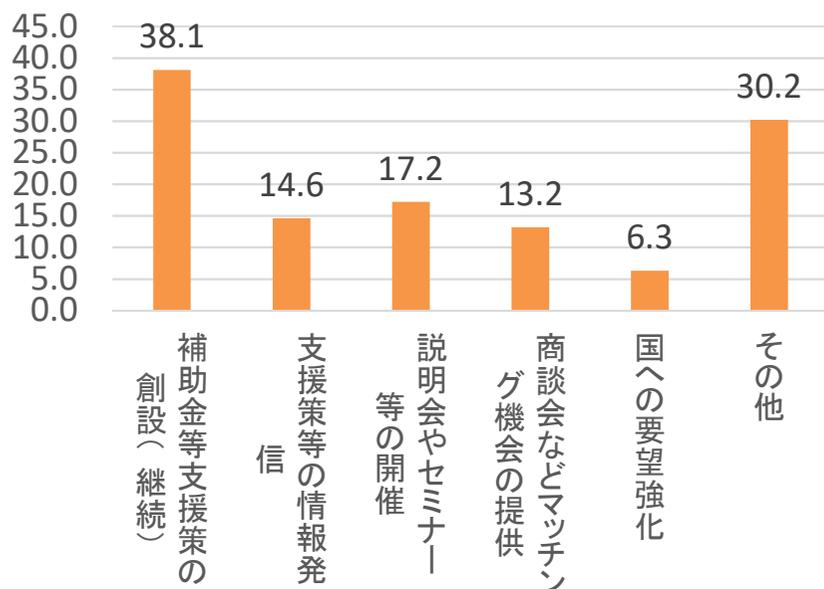
(企業の声)

- ・プレミアム商品券などは観光客の呼び込みで役立った。(食品加工)
- ・業務改善助成金・奨励金を利用したいが、そもそもの資金がなく設備投資等の立て替えができないため利用できない。(飲食)
- ・大分県オフィス系企業誘致促進補助金を利用。(通信・情報)
- ・観光庁の高付加価値化事業による施設改修を今年度中に実施。(宿泊)

14 県への要望

- ・補助金等支援策の創設(継続)を求める割合は全体で38.1%であり、特に、「輸送機械」で多い。
- ・その他の回答としては、地域全体で経営者を育成する体制づくりの構築、誘客イベントの充実、補助金等申請のオンライン化、人材確保支援策等への要望があった。

回答割合(全体)



主な業種別の内訳

(%)

	補助金等支援策の創設(継続)	支援策等の情報発信	説明会やセミナー等の開催	商談会などマッチング機会の提供	国への要望強化	その他
食品加工	42.0	18.0	16.0	18.0	10.0	30.0
電気機械	22.2	5.6	16.7	5.6	0.0	33.3
輸送機械	58.1	0.0	61.3	3.2	0.0	19.4
卸・小売	34.4	9.4	12.5	9.4	6.3	43.8
土木・建設	36.8	26.3	21.1	10.5	15.8	31.6
運輸	36.4	0.0	0.0	0.0	27.3	27.3
通信・情報	22.2	14.8	22.2	22.2	3.7	33.3
飲食	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	20.0
宿泊	38.8	13.4	10.4	13.4	3.0	43.3

※回答については複数回答可

(企業の声)

- ・油や部品の値上げが、厳しいので補助金があれば助かる。補助金の際の書類は少なく出来ないか。(輸送機械(自動車))
- ・人手不足対策を特にお願いしたい。外国人材の受入拡大の取組には関心がある。セミナーの情報も送ってほしい。(宿泊)
- ・若い経営者への補助を手厚くして欲しい。商工会に入っていない企業は制度を知らないなので、そういった方にも情報が届くようお願いしたい。(卸・小売)
- ・海外展開を進めるに当たって、そもそもの準備が足りない事業者が多い。その事業者に必要なことは事前に何をやるべきかを理解してもらうことなので、そこに手厚い支援をするべき。(食品加工)