

令和 6 年度
県内中小企業に対するアンケート調査（第 3 回）

（令和 7 年 2 月 1 日時点）

岡山県中小企業支援センター

（公財）岡山県産業振興財団

県内中小企業に対するアンケート調査の概要

1 目 的

様々な社会情勢の変化が企業活動に及ぼす影響の実態を把握するため、県内の中小企業者・小規模事業者を対象とした幅広い業種に対してアンケート調査を実施。5月を第1回目として、1年間にわたり年3回の調査を行い、経営課題の解決に向けた具体的な支援につなげる資料として活用する。

2 調査対象

岡山県下の事業者 3, 9 5 2 社

3 調査方法

インターネット及びFAXによるアンケート調査

4 調査時点

令和7年2月1日（土）

5 回収時期

令和7年2月3日（月）～令和7年2月14日（金）

6 回収状況

回収企業数 1, 1 9 4 社 （30.2%）

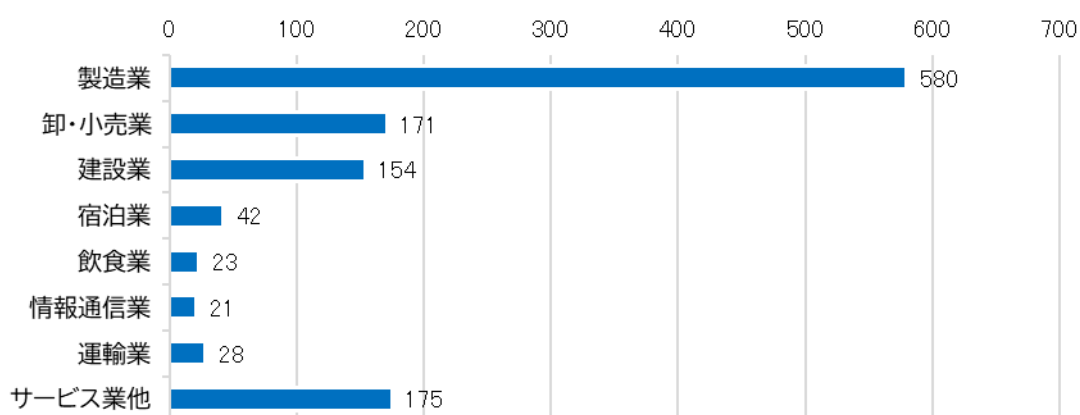
7 調査結果

(※集計上、グラフ内の数値を合計しても100%にならない場合があります。)

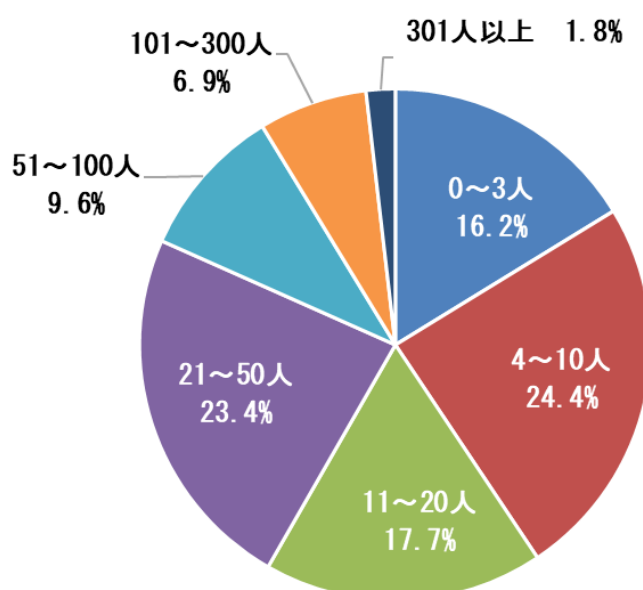
(1) 業種

	回答社数	構成比
製造業	580 社	48.6%
卸・小売業	171 社	14.3%
建設業	154 社	12.9%
宿泊業	42 社	3.5%
飲食業	23 社	1.9%
情報通信業	21 社	1.8%
運輸業	28 社	2.3%
サービス業他	175 社	14.7%

計 1,194 社



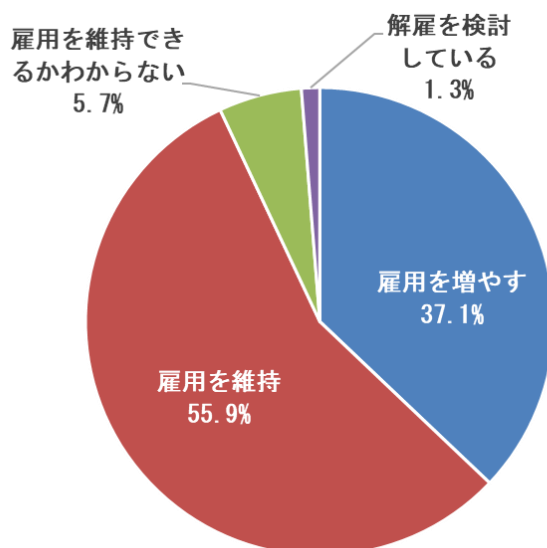
(2) 従業員数



(3) 今後の従業員の雇用について、状況はどうか

全体の 55.9%が「雇用を維持する」と回答した。また、37.1%の事業者は「雇用を増やす」と回答し、採用に積極的な事業者の存在が確認された。

一方で 1.3%の事業者は「解雇を検討している」と回答しており、前回調査より 0.4 ポイント増加した。「雇用を維持できるかわからない」と回答した事業者と合わせると 7.0%となり、雇用維持に懸念を持つ事業者の存在が明らかになった。

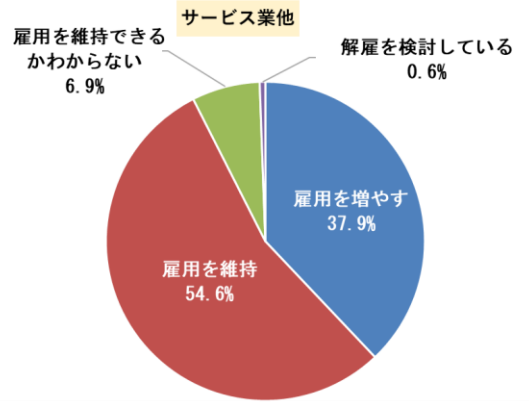
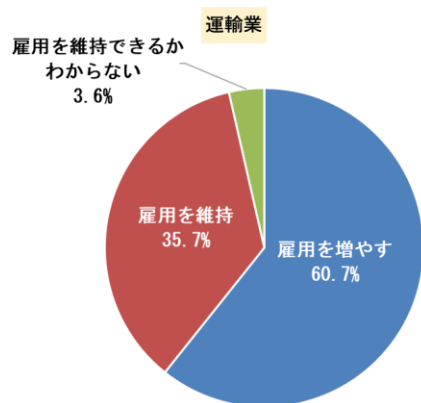
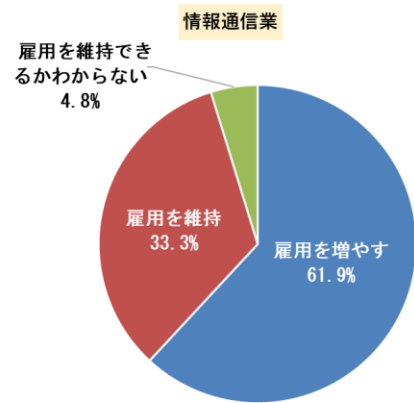
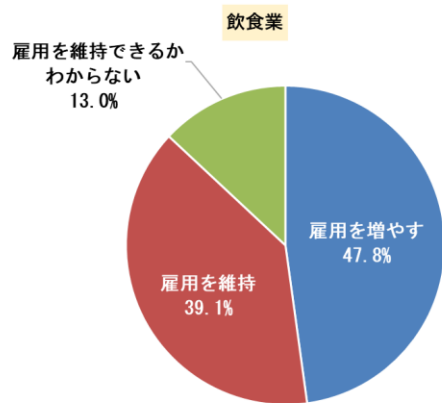
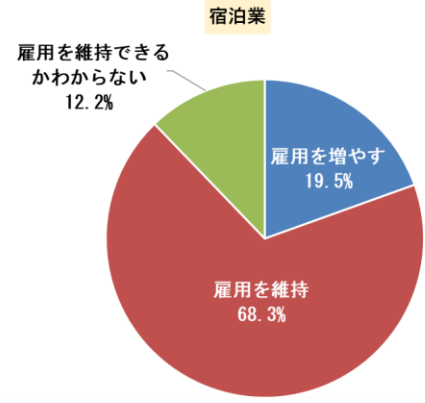
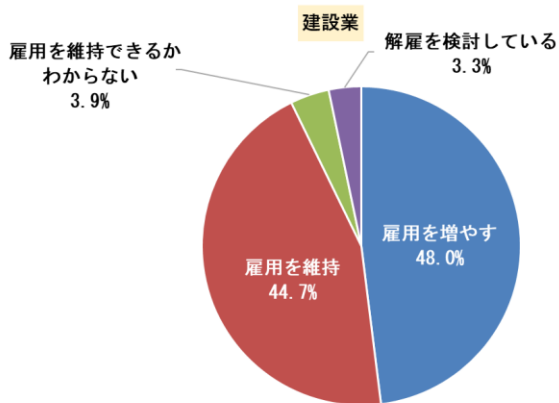
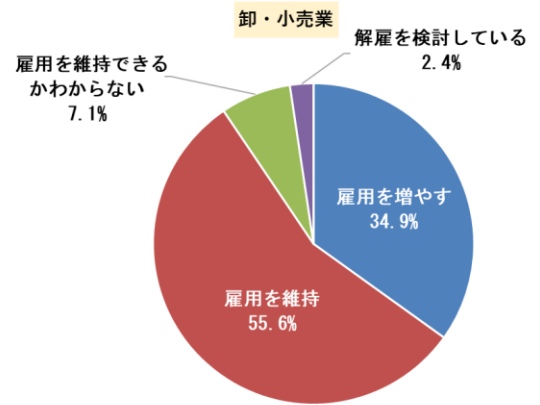
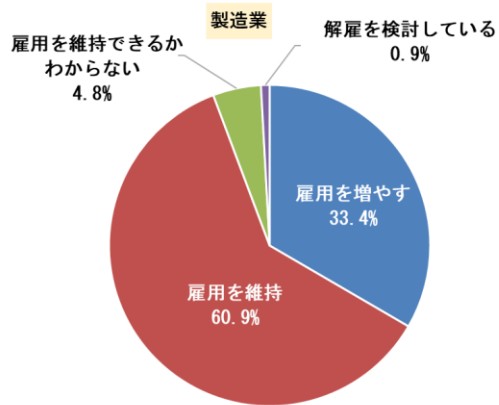


■業種別 従業員の雇用

	雇用を増やす	雇用を維持	雇用を維持できるかわからない	解雇を検討している	合計
製造業	193	352	28	5	578
卸・小売業	59	94	12	4	169
建設業	73	68	6	5	152
宿泊業	8	28	5	0	41
飲食業	11	9	3	0	23
情報通信業	13	7	1	0	21
運輸業	17	10	1	0	28
サービス業他	66	95	12	1	174
合計	440	663	68	15	1,186

「雇用を増やす」と回答した事業者は情報通信業が 61.9%と最も多く、次いで運輸業が 60.7%だった。また「雇用を維持」と回答した事業者は宿泊業が 68.3%と最も多く、次いで製造業が 60.9%だった。

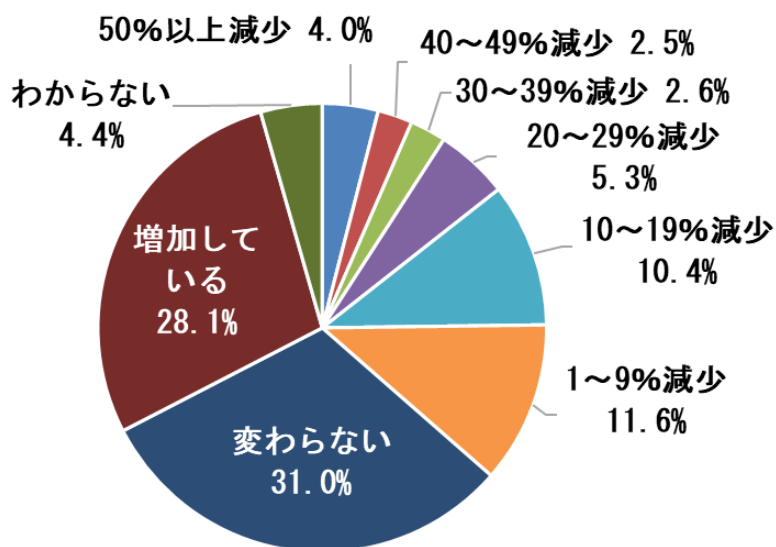
一方で「解雇を検討している」又は「雇用を維持できるかわからない」と回答した事業者は飲食業が 13.0%と最も多く、次いで宿泊業が 12.2%だった。



(4) 2025年1月の売上高は、2024年1月と比較してどうか

昨年1月と比較して、28.1%の事業者が売上は「増加している」と回答した。

一方で36.4%の事業者は「売上が減少している」、31.0%の事業者が「変わらない」と回答した。

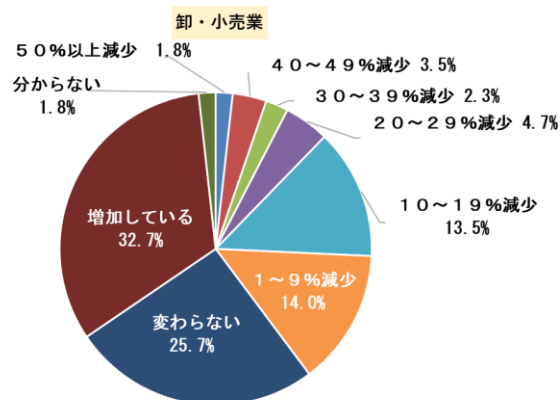
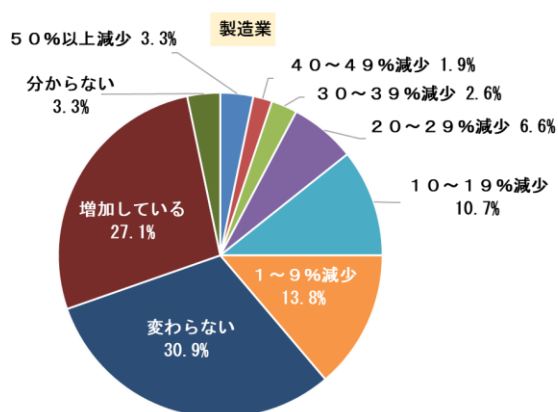


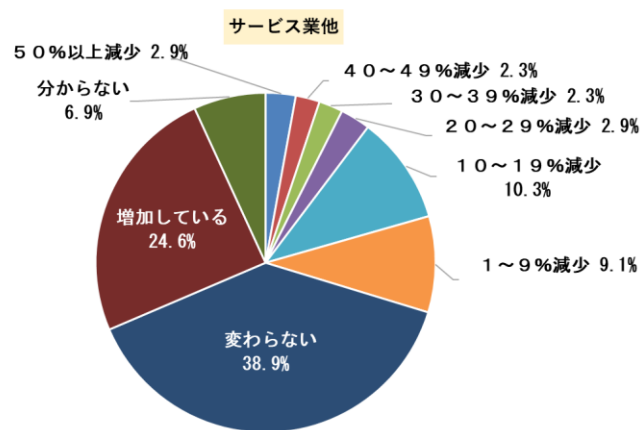
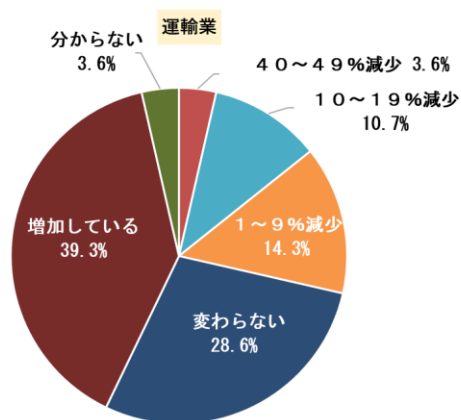
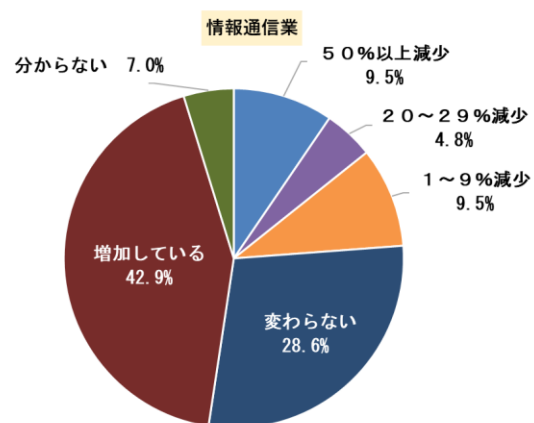
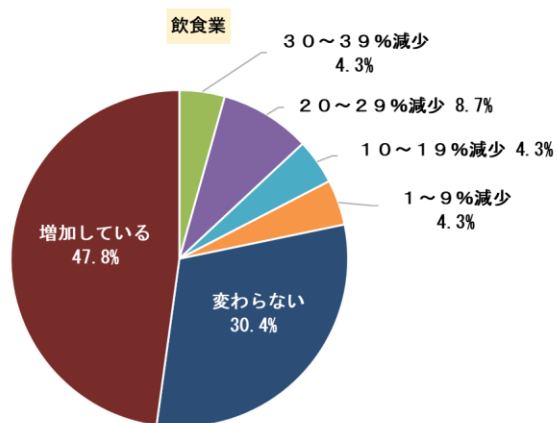
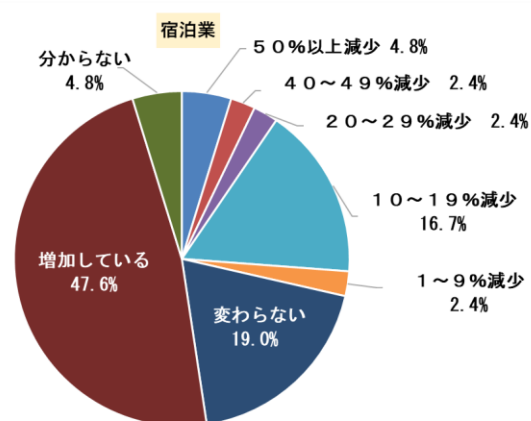
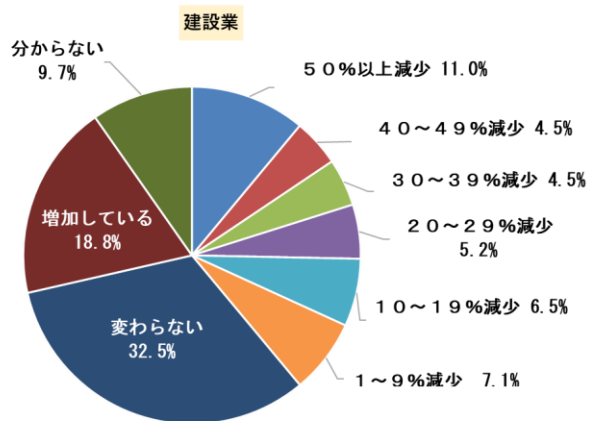
■業種別2024年1月比2025年1月売上高

	50%以上減少	40～49%減少	30～39%減少	20～29%減少	10～19%減少	1～9%減少	変わらない	増加している	分からない	合計
製造業	19	11	15	38	62	80	179	157	19	580
卸・小売業	3	6	4	8	23	24	44	56	3	171
建設業	17	7	7	8	10	11	50	29	15	154
宿泊業	2	1	0	1	7	1	8	20	2	42
飲食業	0	0	1	2	1	1	7	11	0	23
情報通信業	2	0	0	1	0	2	6	9	1	21
運輸業	0	1	0	0	3	4	8	11	1	28
サービス業他	5	4	4	5	18	16	68	43	12	175
合計	48	30	31	63	124	139	370	336	53	1,194

売上が減少した事業者は卸・小売業が39.8%と最も多く、次いで製造業が38.9%だった。また、売上が「50%以上減少」と回答した事業者は建設業が11.0%と最も高く、次いで情報通信業が9.5%となった。

一方で売上が「増加している」と回答した事業者は飲食業が47.8%と最も多かった。

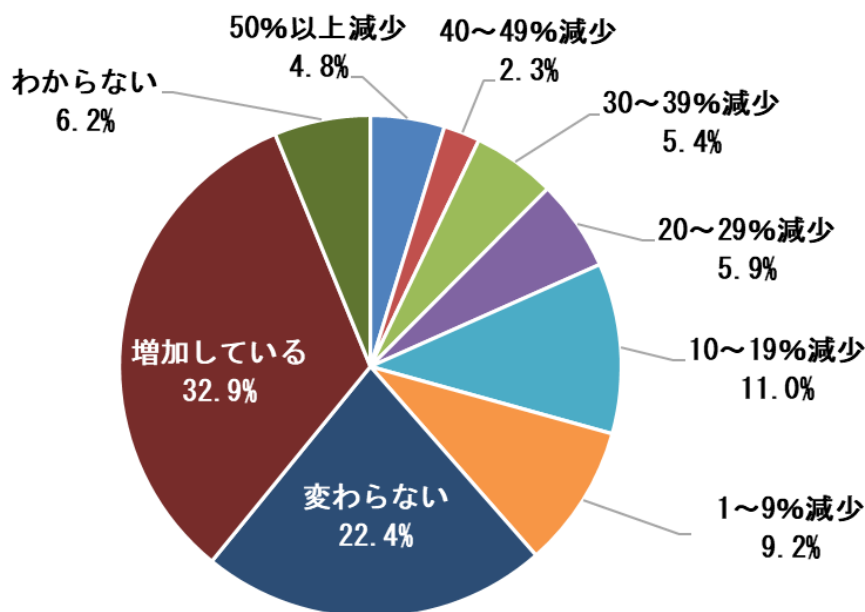




(5) 2025年1月の売上高は、2020年1月（コロナ影響前）と比較してどうか

新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前の2020年1月と比較して、38.6%の事業者は売上が減少していると回答しており、そのうち「50%以上減少」と回答した事業者が4.8%存在する。多くの事業者が売上回復に時間がかかっていることが明らかとなった。

一方で事業者の32.9%が売上が「増加している」と回答しており、業況の二極化が見られた。

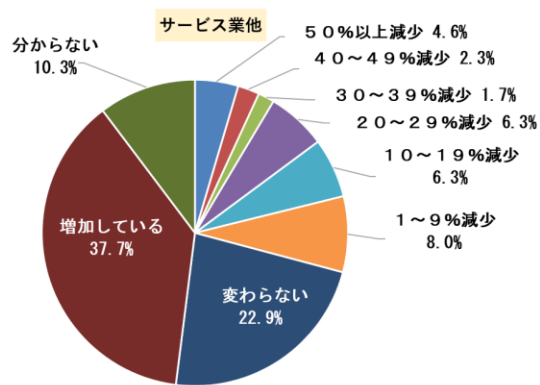
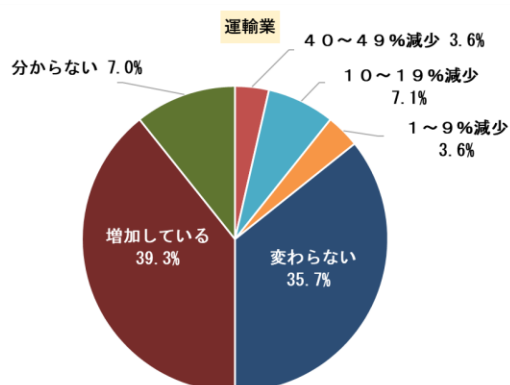
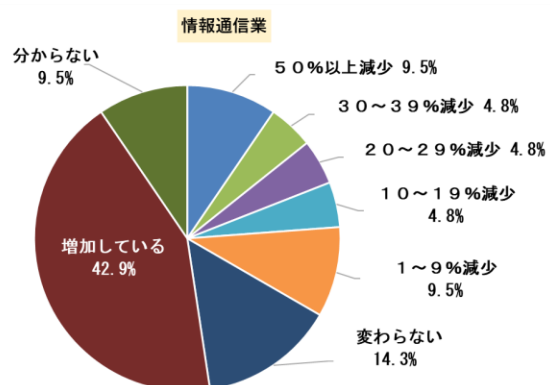
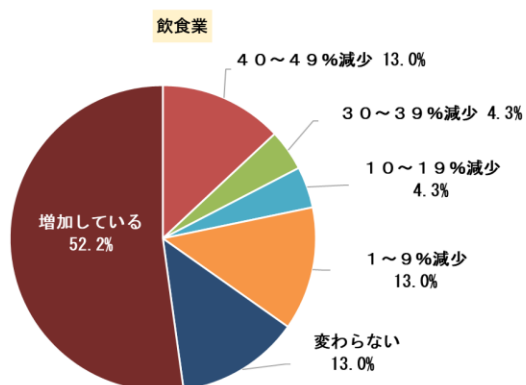
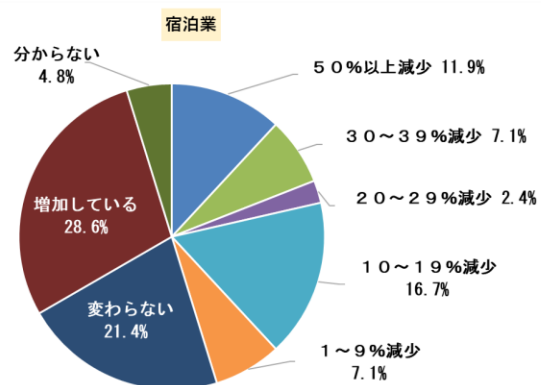
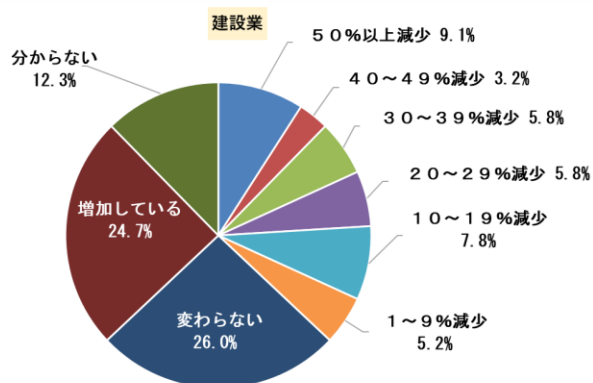
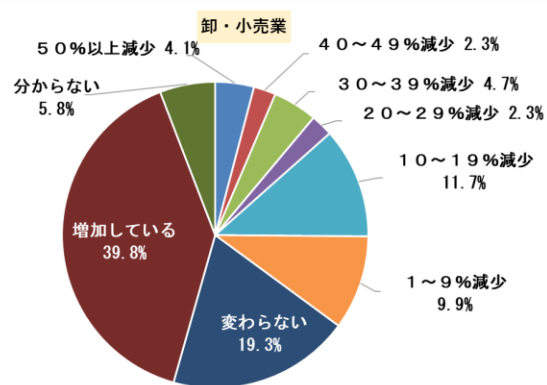
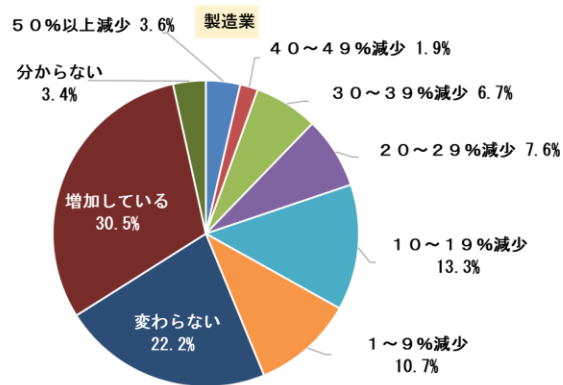


■業種別2020年1月(コロナ影響前)比2025年1月売上高

	50%以上減少	40～49%減少	30～39%減少	20～29%減少	10～19%減少	1～9%減少	変わらない	増加している	分からない	合計
製造業	21	11	39	44	77	62	129	177	20	580
卸・小売業	7	4	8	4	20	17	33	68	10	171
建設業	14	5	9	9	12	8	40	38	19	154
宿泊業	5	0	3	1	7	3	9	12	2	42
飲食業	0	3	1	0	1	3	3	12	0	23
情報通信業	2	0	1	1	1	2	3	9	2	21
運輸業	0	1	0	0	2	1	10	11	3	28
サービス業他	8	4	3	11	11	14	40	66	18	175
合計	57	28	64	70	131	110	267	393	74	1,194

売上が減少した事業者は宿泊業が45.2%と最も多く、次いで製造業が43.8%だった。また、売上が「50%以上減少」と回答した事業者についても宿泊業が11.9%と最も多く、次いで情報通信業が9.5%となった。

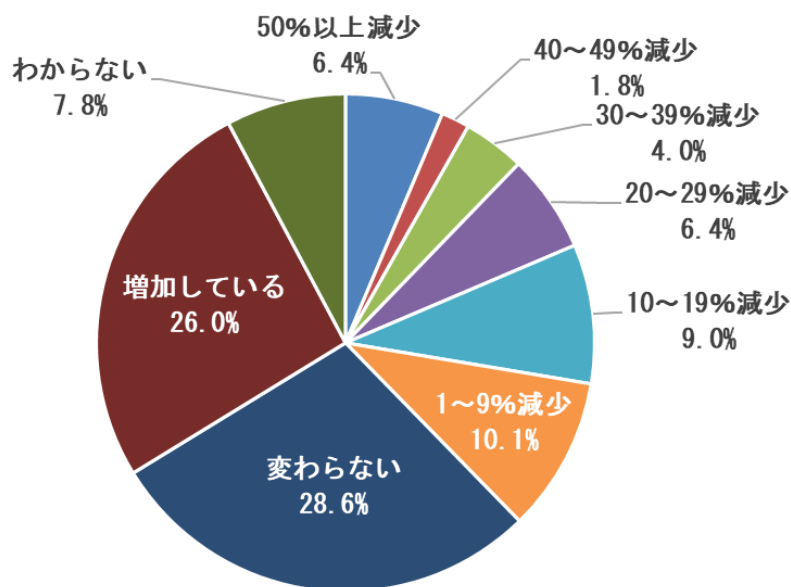
一方で「増加している」と回答した事業者は飲食業が52.2%と最も多く、次いで情報通信業が42.9%となった。



(6) 2024年11月の営業利益は、2023年11月と比較してどのように見込んでいるか

昨年11月と比較して、37.7%の事業者で営業利益が減少した。また「50%以上減少」と回答した事業者も6.4%存在する。

一方で26.0%の事業者は「増加している」と回答した。

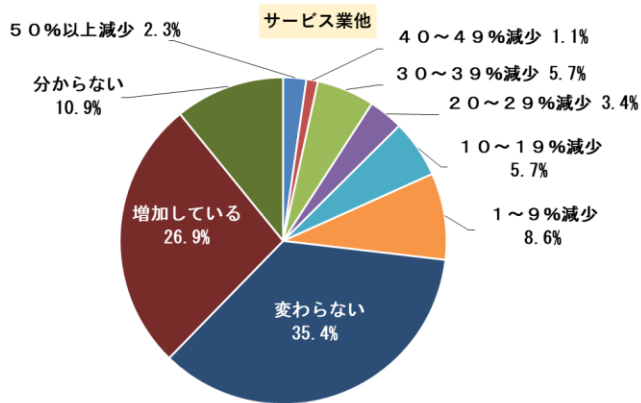
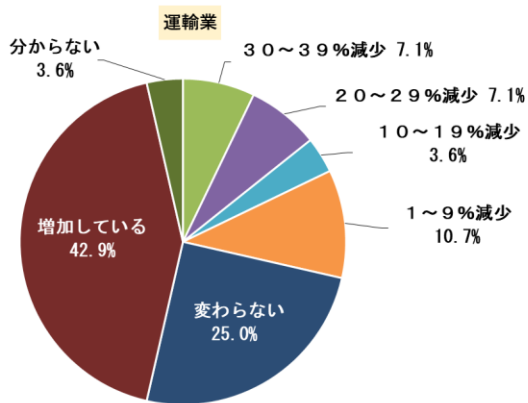
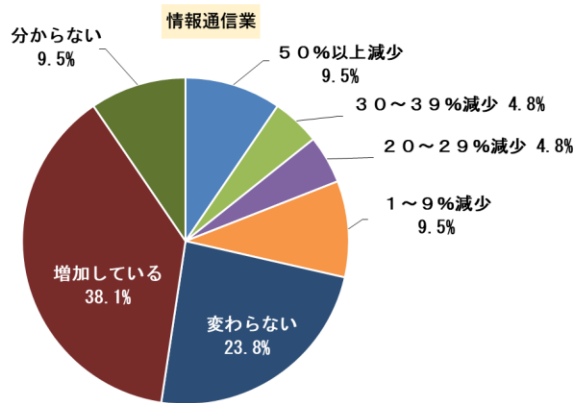
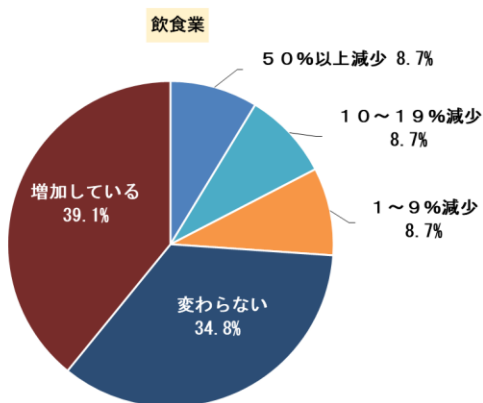
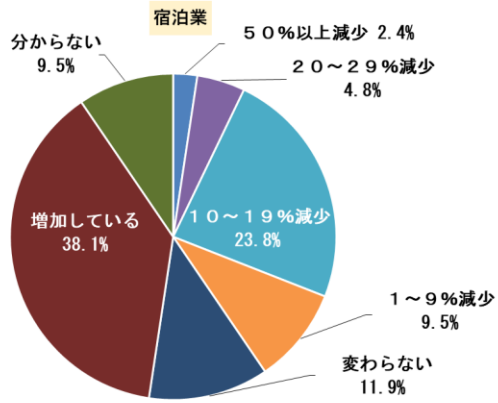
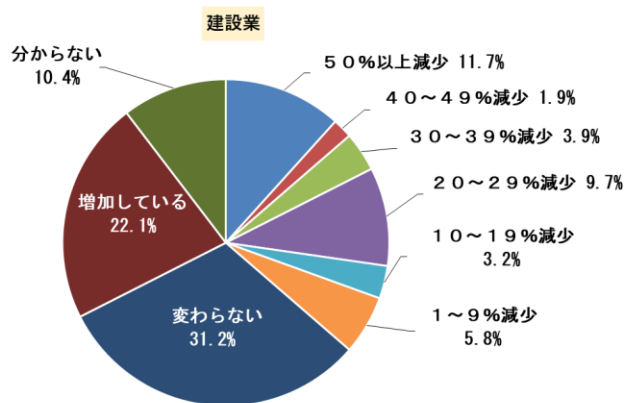
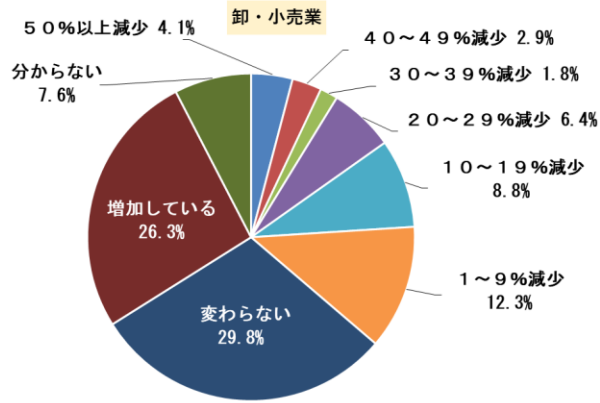
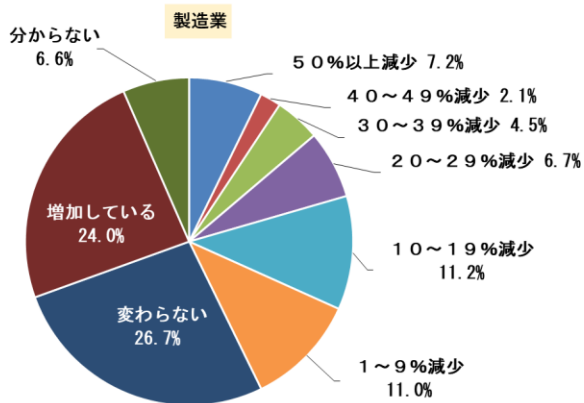


■業種別2023年11月比2024年11月営業利益

	50%以上減少	40～49%減少	30～39%減少	20～29%減少	10～19%減少	1～9%減少	変わらない	増加している	分からない	合計
製造業	42	12	26	39	65	64	155	139	38	580
卸・小売業	7	5	3	11	15	21	51	45	13	171
建設業	18	3	6	15	5	9	48	34	16	154
宿泊業	1	0	0	2	10	4	5	16	4	42
飲食業	2	0	0	0	2	2	8	9	0	23
情報通信業	2	0	1	1	0	2	5	8	2	21
運輸業	0	0	2	2	1	3	7	12	1	28
サービス業他	4	2	10	6	10	15	62	47	19	175
合計	76	22	48	76	108	120	341	310	93	1,194

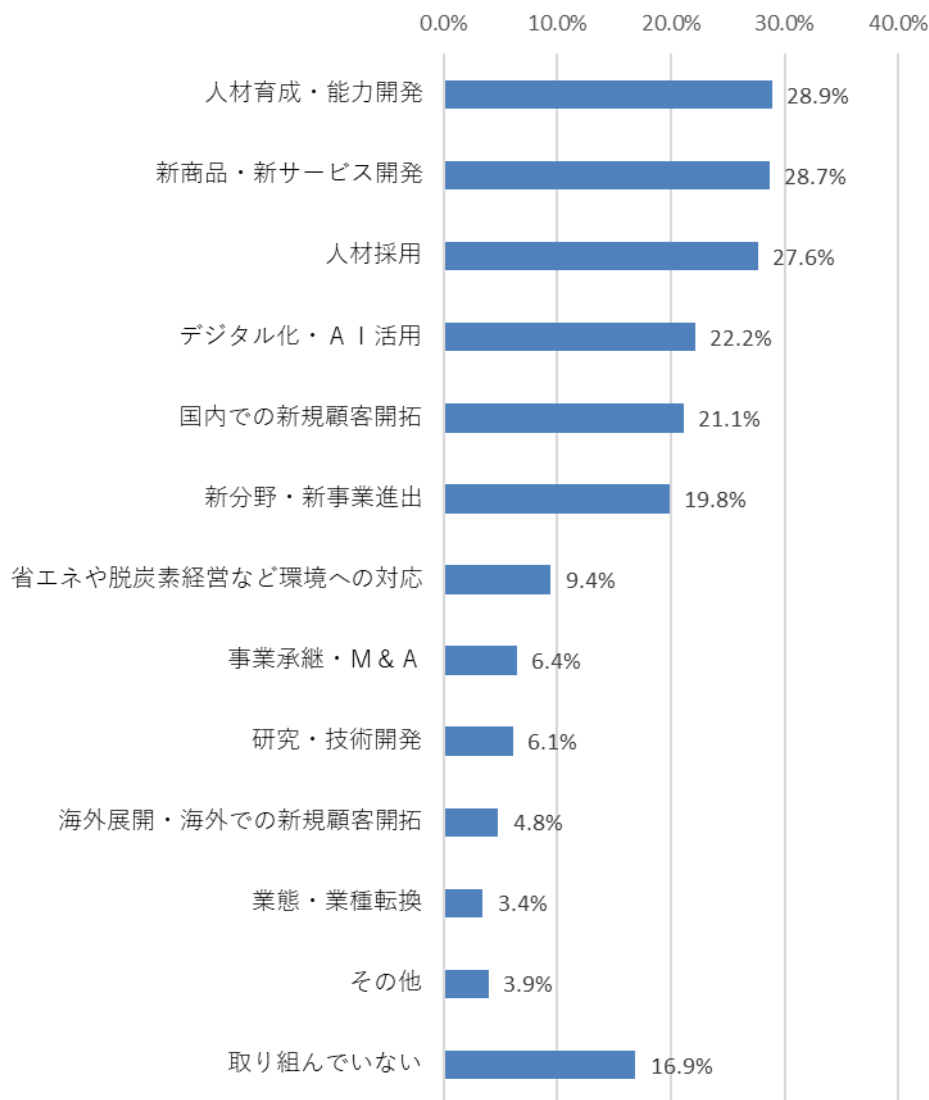
営業利益が減少した事業者は製造業が42.7%と最も多く、次いで宿泊業が40.5%となった。また、「50%以上減少」と回答した事業者は建設業が11.7%、情報通信業が9.5%となった。

一方で「増加している」と回答した事業者は運輸業が42.9%と最も多く、次いで飲食業が39.1%となった。



(7) 2020年以降、会社の成長のために新たに取り組んでいる事は何か ※複数回答可

2020年以降、83.1%の企業が新たな取組を実施していることが明らかになった。取組は「人材育成・能力開発」が28.9%と最も多く、次いで「新商品・新サービス開発」が28.7%、「人材採用」が27.6%であった。



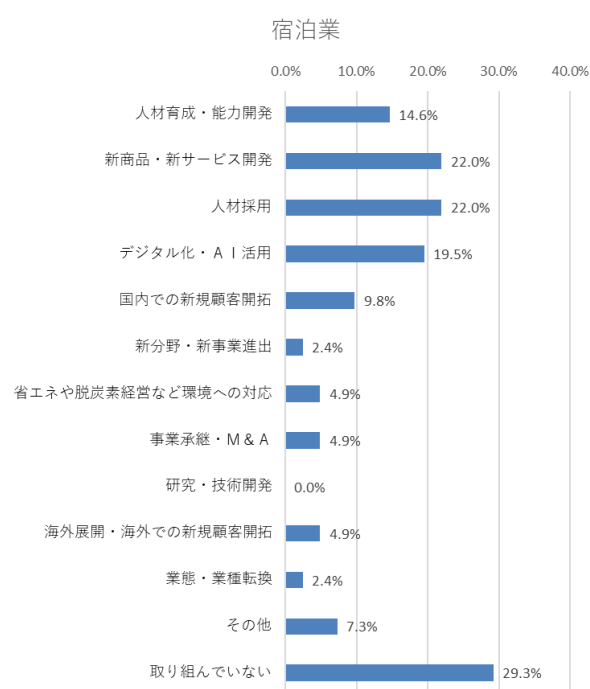
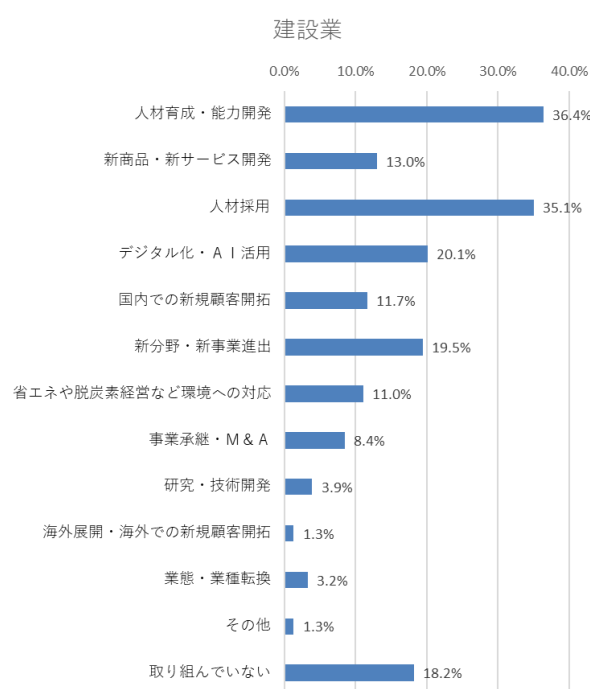
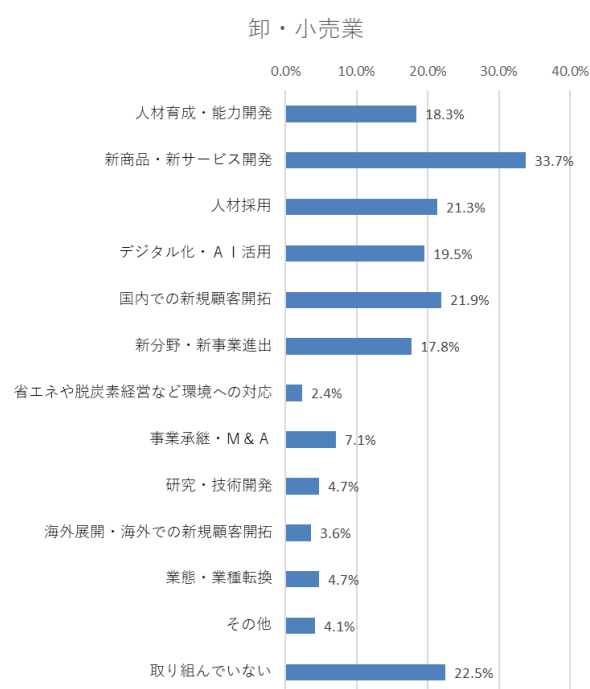
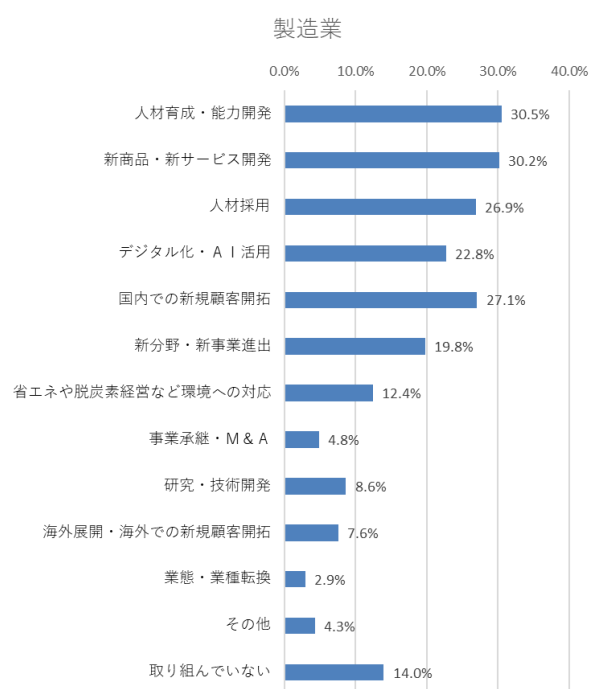
■2020年以降の会社の成長のための新しい取組

	製造業	卸・小売業	建設業	宿泊業	飲食業	情報通信業	運輸業	サービス業他	合計
人材育成・能力開発	177	31	56	6	3	10	9	52	344
新商品・新サービス開発	175	57	20	9	17	8	2	53	341
人材採用	156	36	54	9	5	7	14	48	329
デジタル化・AI活用	132	33	31	8	3	3	10	44	264
国内での新規顧客開拓	157	37	18	4	2	3	6	24	251
新分野・新事業進出	115	30	30	1	7	5	5	43	236
省エネや脱炭素経営など環境への対応	72	4	17	2	0	0	3	14	112
事業承継・M&A	28	12	13	2	3	4	3	11	76
研究・技術開発	50	8	6	0	0	3	0	5	72
海外展開・海外での新規顧客開拓	44	6	2	2	1	1	0	1	57
業態・業種転換	17	8	5	1	1	4	0	5	41
その他	25	7	2	3	0	1	1	8	47
取り組んでいない	81	38	28	12	1	5	5	31	201
回答企業数	580	169	154	41	23	21	28	174	1,190

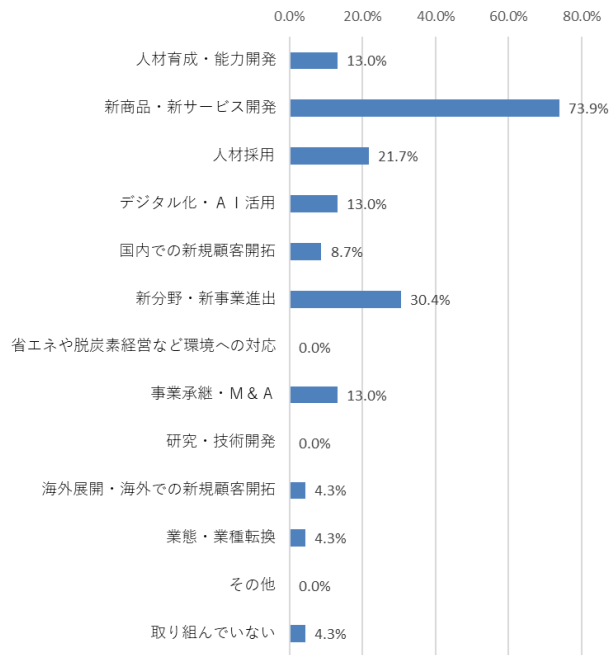
※複数回答が可能な設問のため、各項目の回答数の合計が回答企業数と一致しない場合があります。

新たな取組を実施している企業は飲食業が最も多く95.7%、次いで製造業が86.0%となった。

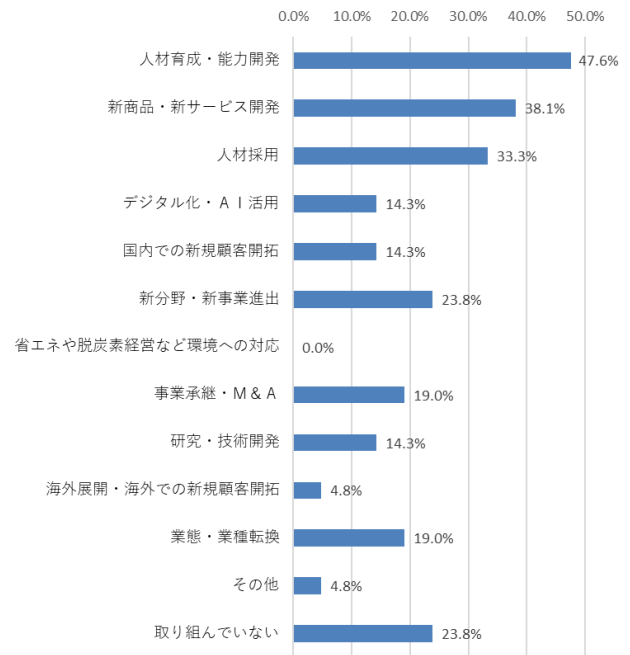
業種別に取り組むを見ると、製造業は「人材育成・能力開発」が30.5%、「新商品・新サービス開発」が30.2%。卸・小売業は「新商品・新サービス開発」33.7%、「国内での新規顧客開拓」21.9%。建設業は「人材育成・能力開発」36.4%、「人材採用」35.1%。宿泊業は「新商品・新サービス開発」と「人材採用」が同率で22.0%。飲食業は「新商品・新サービス開発」73.9%、「新分野・新事業進出」30.4%。情報通信業は「人材育成・能力開発」47.6%、「新商品・新サービス開発」38.1%。運輸業は「人材採用」50.0%、「デジタル化・AI活用」35.7%。サービス業は「新商品・新サービス開発」30.5%、「人材育成・能力開発」29.9%となった。業種固有の問題に合わせた取組を実施していることが推測される。



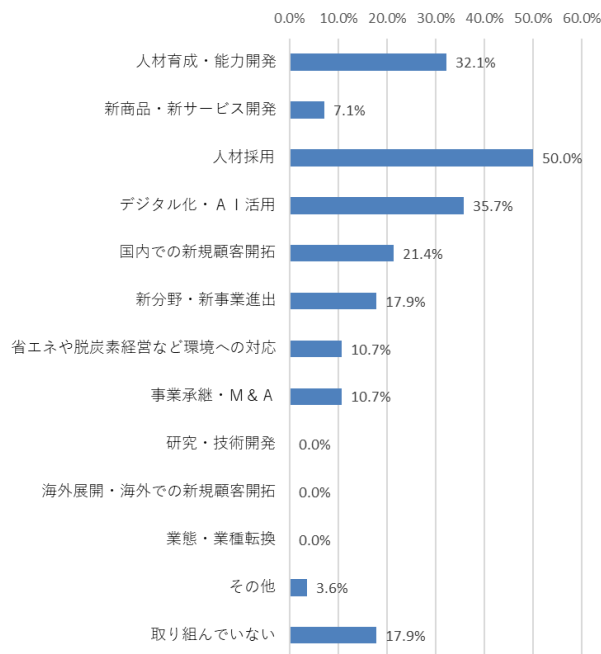
飲食業



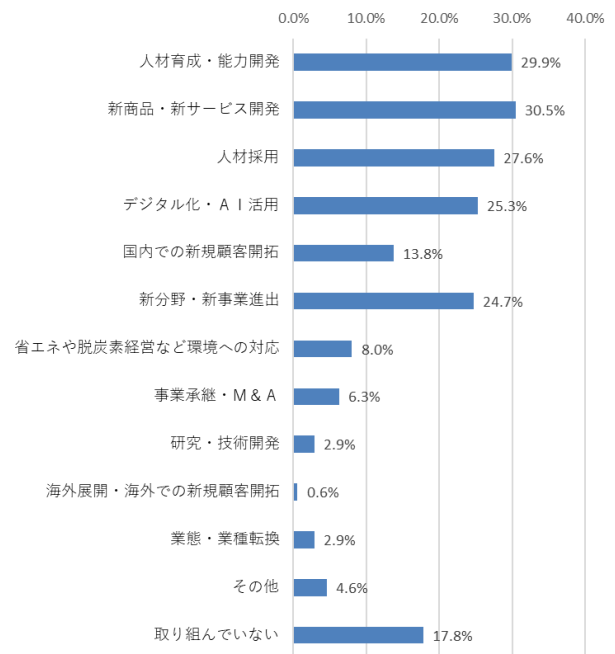
情報通信業



運輸業



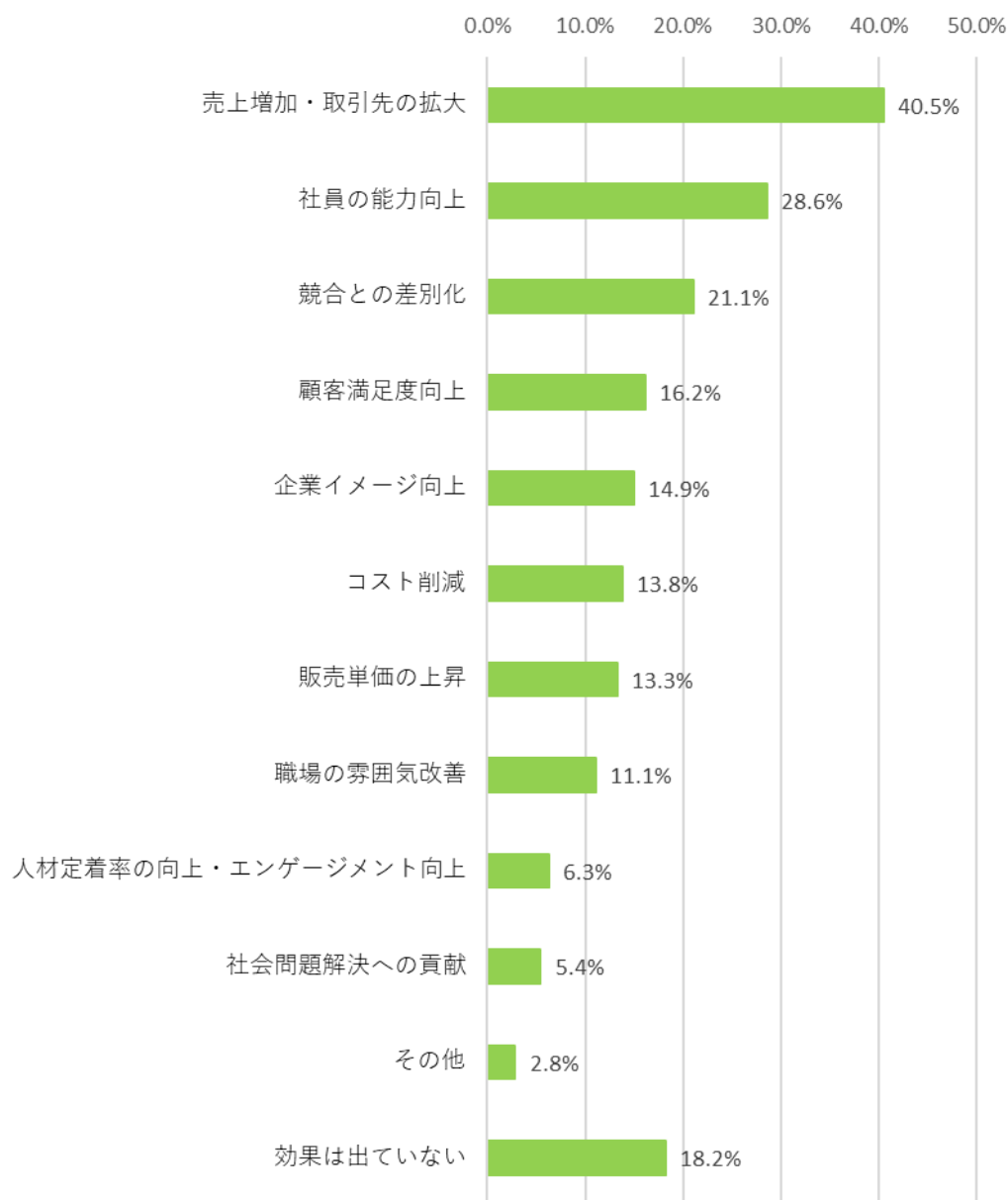
サービス業他



(8)(7)で「取り組んでいない」以外を選択された方への質問。2020年以降、新たな取組により、どのような効果があったか ※複数回答可

新たな取組の効果として、「売上増加・取引先の拡大」が最も多く40.5%、次いで「社員の能力向上」が28.6%、「競合との差別化」が21.1%となった。

一方で「効果が出ていない」と回答した企業も18.2%存在する。



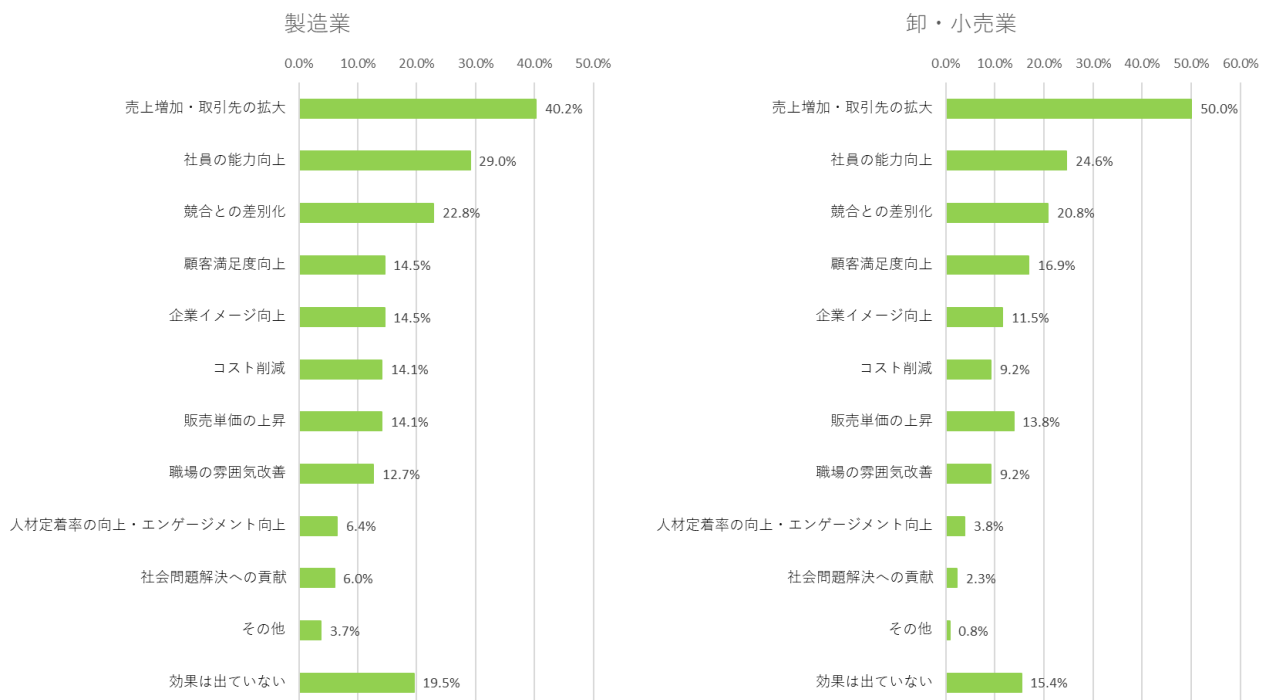
■2020年以降の新たな取組による効果

	製造業	卸・小売業	建設業	宿泊業	飲食業	情報通信業	運輸業	サービス業他	合計
売上増加・取引先の拡大	194	65	35	8	10	6	9	61	388
社員の能力向上	140	32	47	5	3	6	5	36	274
競合との差別化	110	27	22	3	4	1	4	31	202
顧客満足度向上	70	22	17	13	6	2	3	22	155
企業イメージ向上	70	15	26	2	3	4	4	19	143
コスト削減	68	12	15	4	5	0	6	22	132
販売単価の上昇	68	18	7	7	9	4	3	11	127
職場の雰囲気改善	61	12	12	1	1	4	3	12	106
人材定着率の向上・エンゲージメント向上	31	5	10	0	0	3	1	10	60
社会問題解決への貢献	29	3	6	1	0	0	1	12	52
その他	18	1	2	2	0	1	0	3	27
効果は出ていない	94	20	23	4	5	2	5	21	174
回答企業数	482	130	119	29	22	16	21	139	958

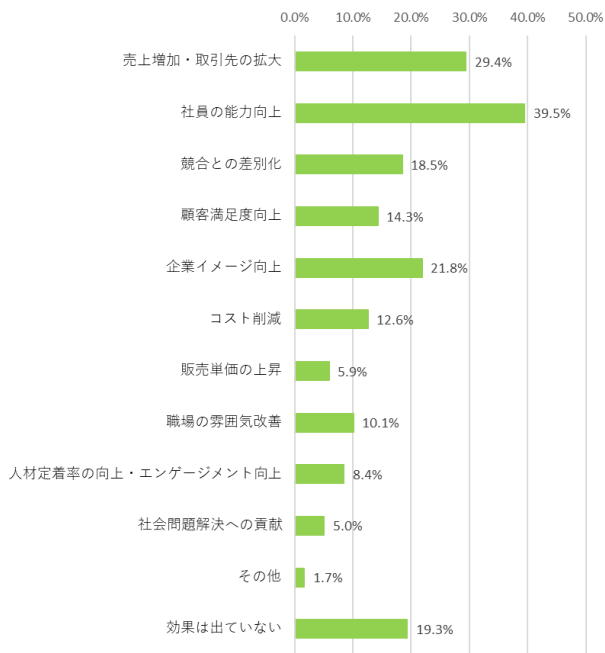
※複数回答が可能な設問のため、各項目の回答数の合計が回答企業数と一致しない場合があります。

新たな取組の効果が出ている企業は情報通信業が最も多く 87.5%、次いで宿泊業が 86.2%となった。

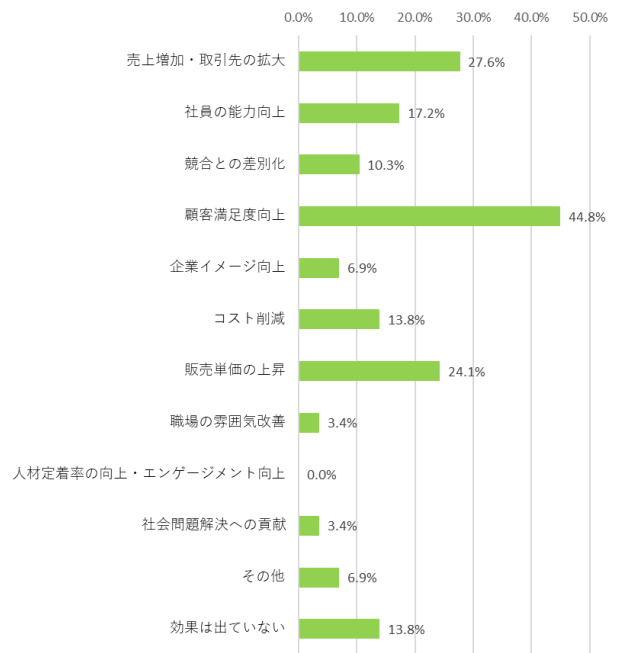
業種別の取組は、製造業が「売上増加・取引先の拡大」40.2%、「社員の能力向上」29.0%。卸・小売業は「売上増加・取引先の拡大」50.0%、「社員の能力向上」24.6%。建設業は「社員の能力向上」39.5%、「売上増加・取引先の拡大」29.4%。宿泊業は「顧客満足度向上」44.8%、「売上増加・取引先の拡大」27.6%。飲食業は「売上増加・取引先の拡大」45.5%、「販売単価の上昇」40.9%。情報通信業は「売上増加・取引先の拡大」と「社員の能力向上」が同率で 37.5%。運輸業は「売上増加・取引先の拡大」42.9%、「コスト削減」28.6%。サービス業は「売上増加・取引先の拡大」43.9%、「社員の能力向上」25.9%となった。新たな取組の効果が顕在化している企業が多いことが明らかになった。



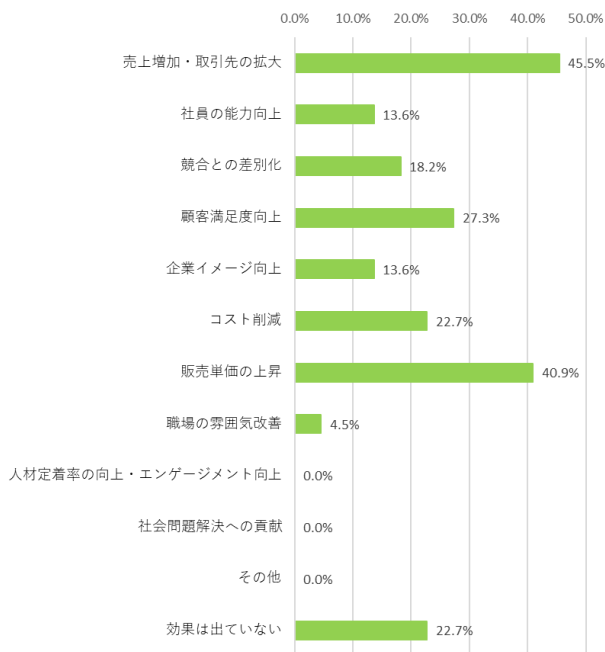
建設業



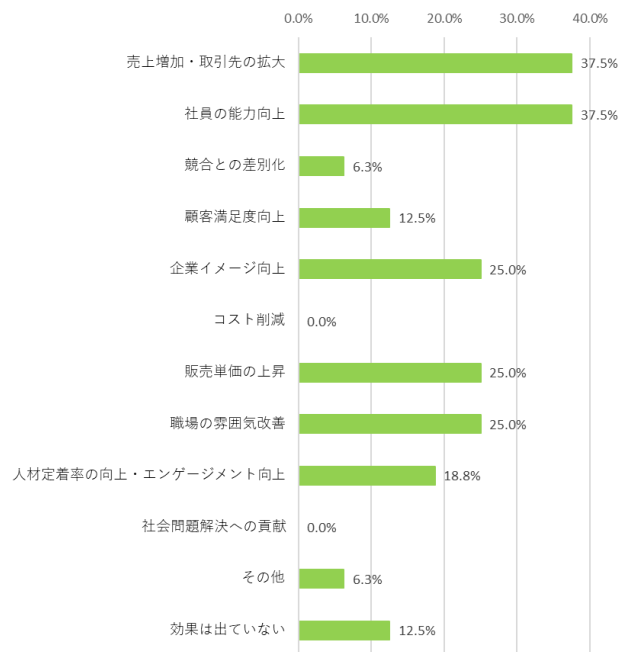
宿泊業



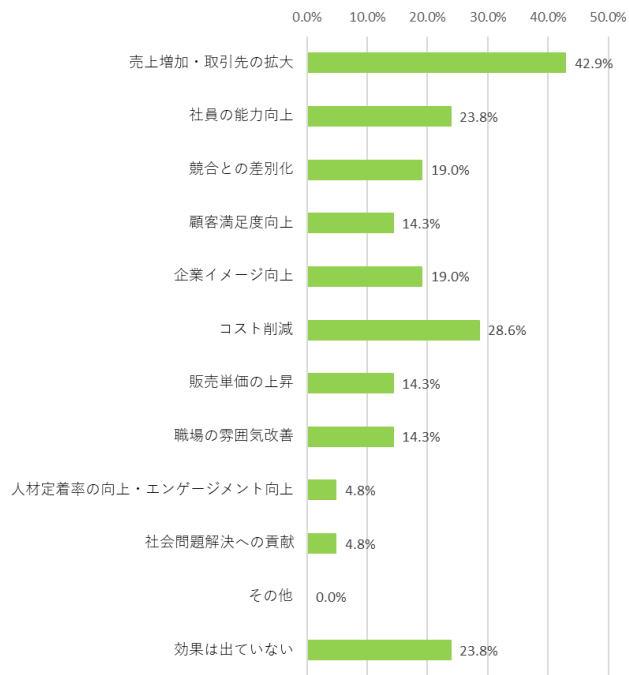
飲食業



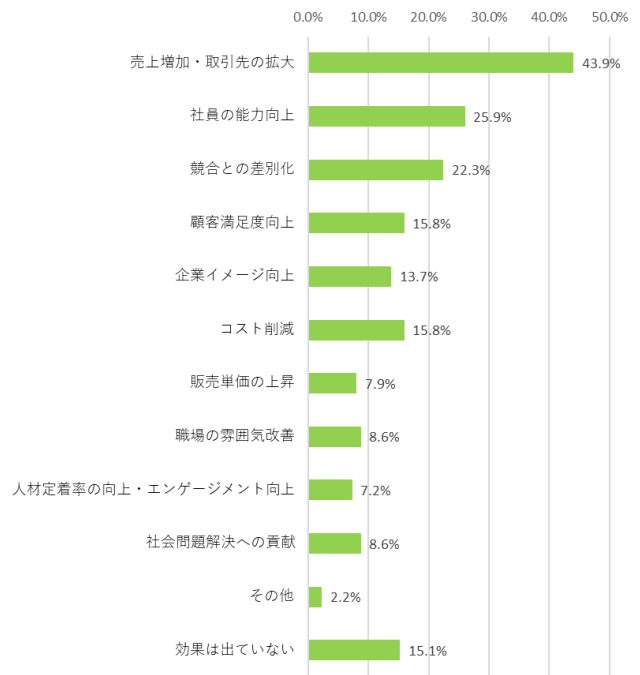
情報通信業



運輸業

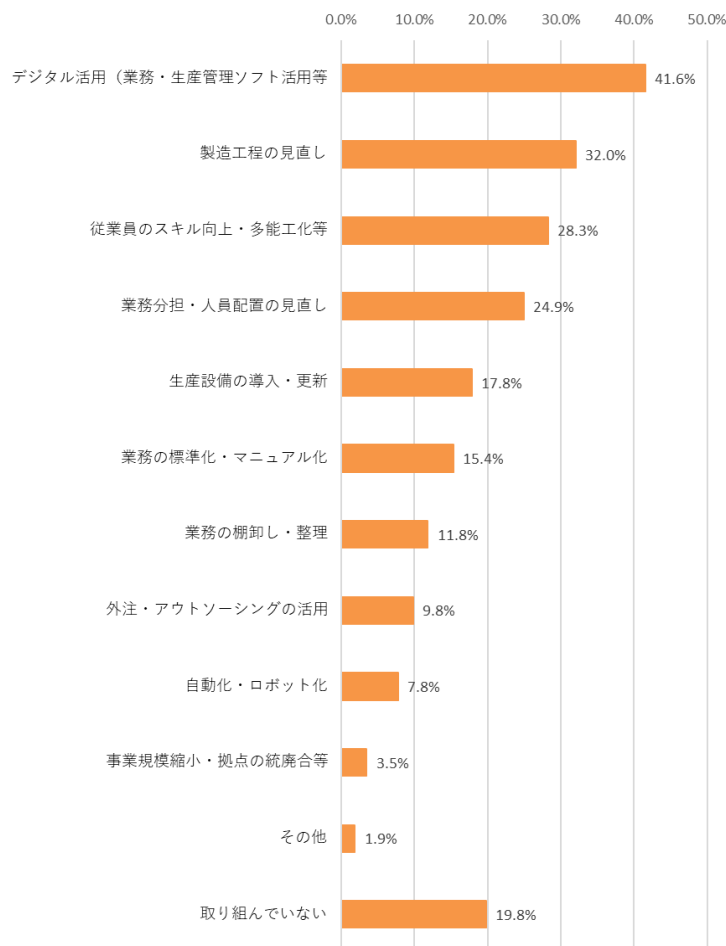


サービス業他



(9) 省力化や業務効率化に向けて取り組んでいる事は何か ※複数回答可

80.2%の企業が省力化や業務効率化に向けた取組を実施していることが明らかになった。取組内容で最も多かったのは「デジタル活用（業務・生産管理ソフト活用等）」41.6%、次いで「製造工程の見直し」32.0%、「従業員のスキル向上・多能工化等」28.3%となった。



■省力化や業務効率化に向けての取組

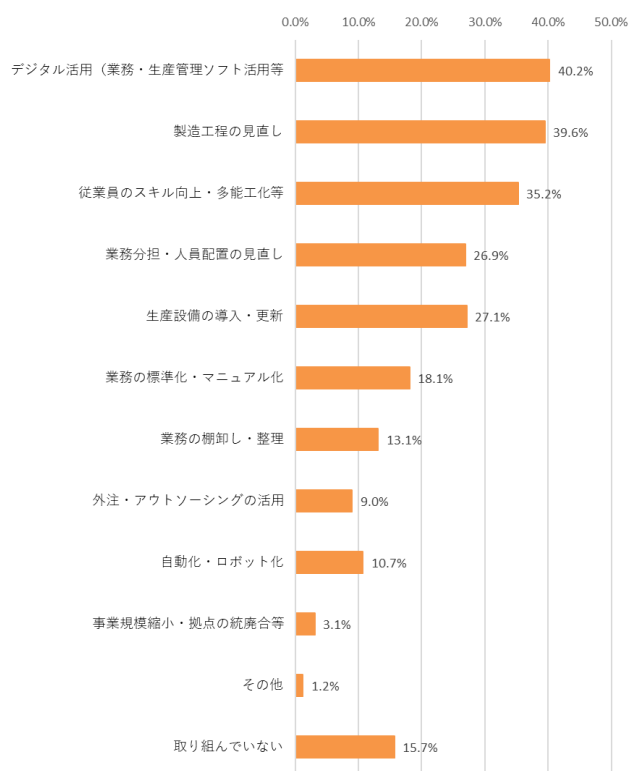
	製造業	卸・小売業	建設業	宿泊業	飲食業	情報通信業	運輸業	サービス業他	合計
デジタル活用（業務・生産管理ソフト活用等）	233	67	71	10	8	8	16	79	492
製造工程の見直し	229	50	31	9	7	3	7	43	379
従業員のスキル向上・多能工化等	204	40	34	5	4	7	5	36	335
業務分担・人員配置の見直し	156	46	29	9	4	3	7	41	295
生産設備の導入・更新	157	18	17	0	3	1	0	15	211
業務の標準化・マニュアル化	105	22	13	7	2	2	3	28	182
業務の棚卸し・整理	76	25	8	5	5	4	2	15	140
外注・アウトソーシングの活用	52	18	21	1	4	3	0	17	116
自動化・ロボット化	62	7	4	4	1	0	1	13	92
事業規模縮小・拠点の統廃合等	18	7	4	2	2	0	1	7	41
その他	7	3	2	3	0	0	1	6	22
取り組んでいない	91	39	33	14	6	9	2	40	234
回答企業数	579	168	153	41	23	21	26	173	1,184

※複数回答が可能な設問のため、各項目の回答数の合計が回答企業数と一致しない場合があります。

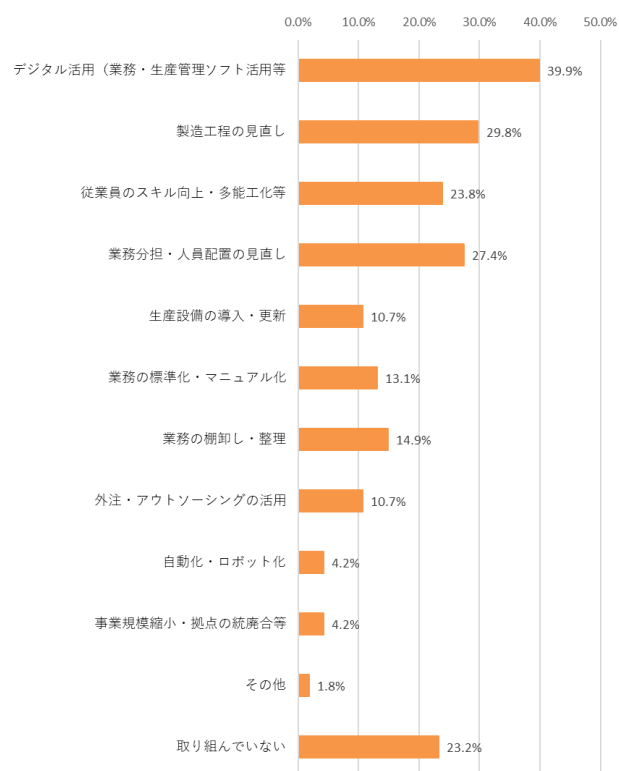
省力化や業務効率化のために、取組を実施している企業は運輸業が最も多く 92.3%、次いで製造業が 84.3% となった。一方「取り組んでいない」と回答した企業は、情報通信業が最も多く 42.9%、次いで宿泊業が 34.1% となった。

全ての業種で最も多かった取組内容は「デジタル活用（業務・生産管理ソフト活用等）」だった。

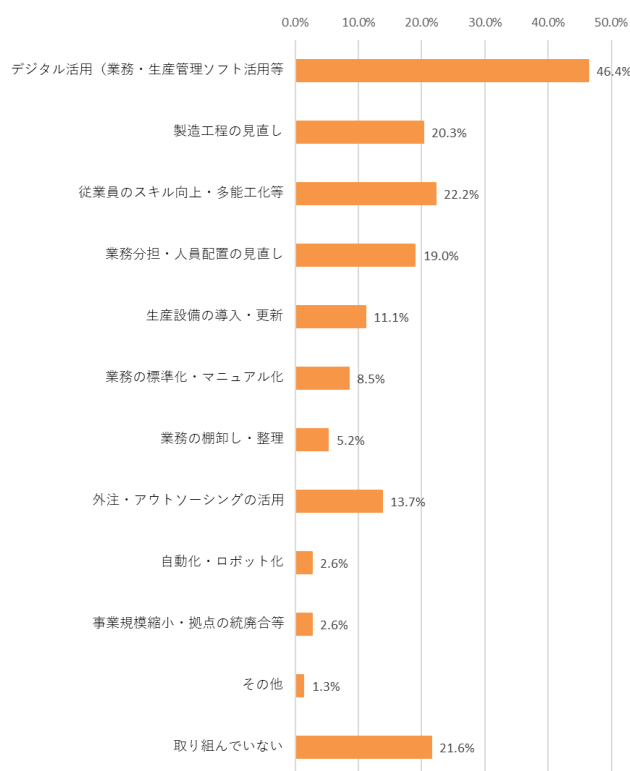
製造業



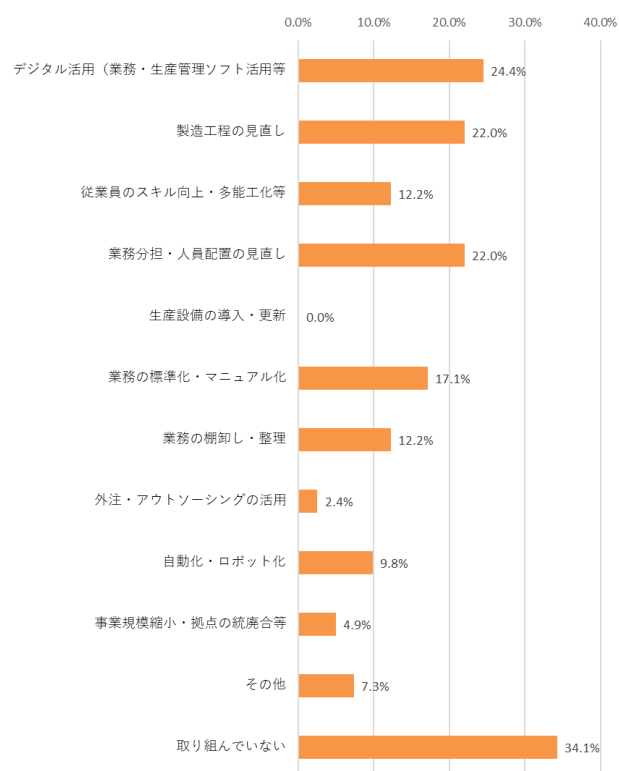
卸・小売業



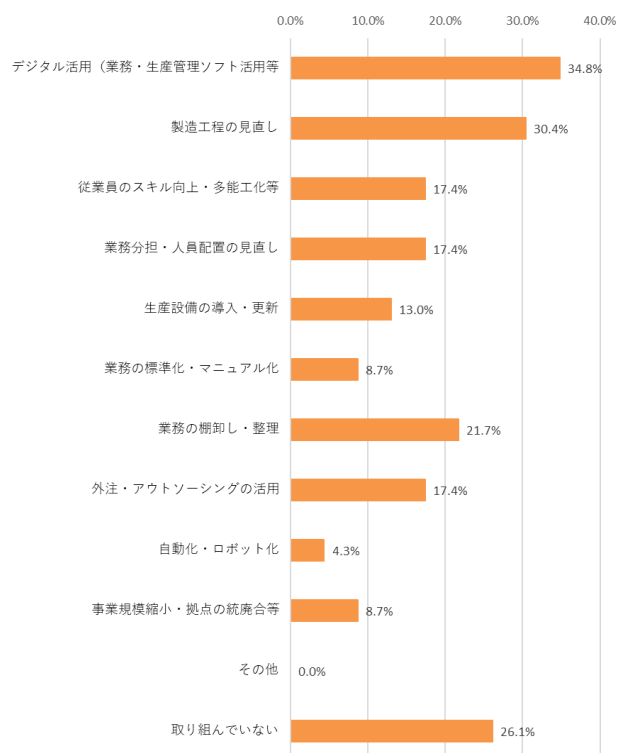
建設業



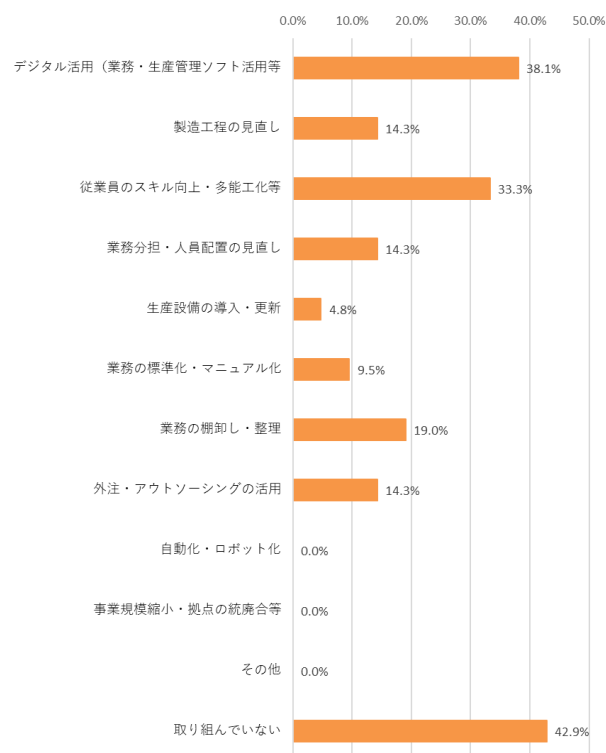
宿泊業



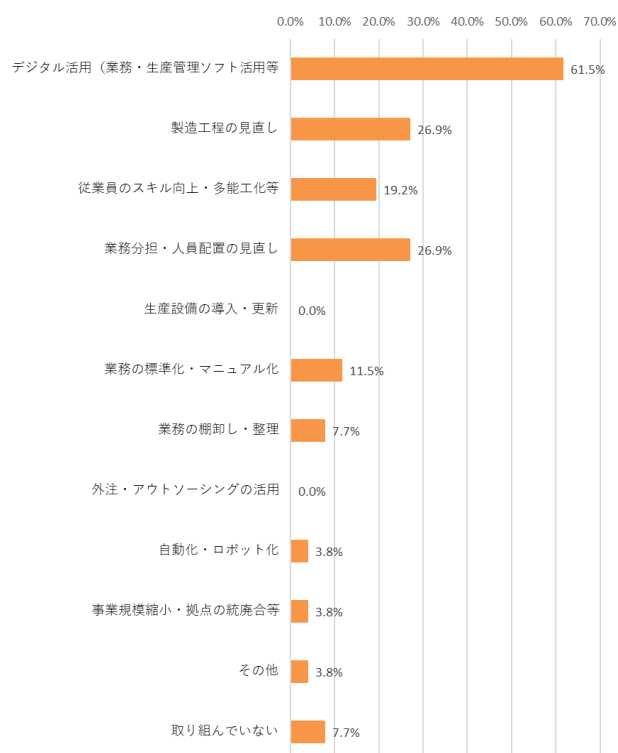
飲食業



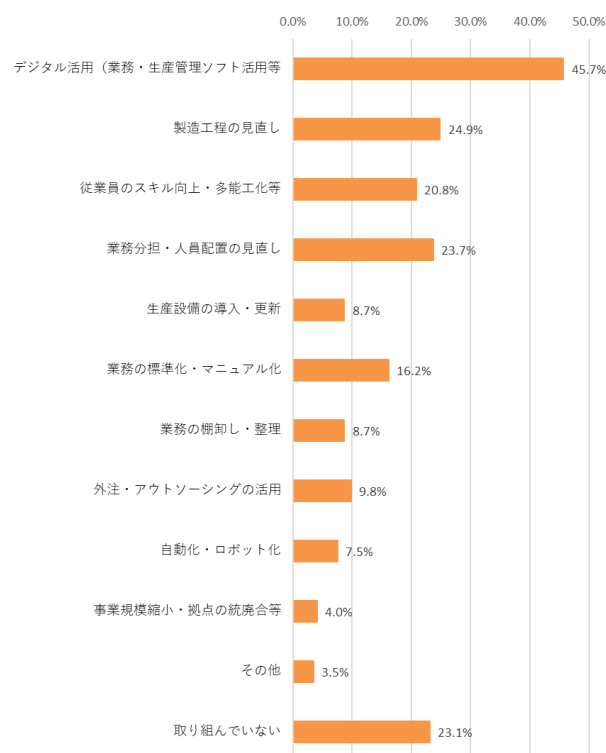
情報通信業



運輸業

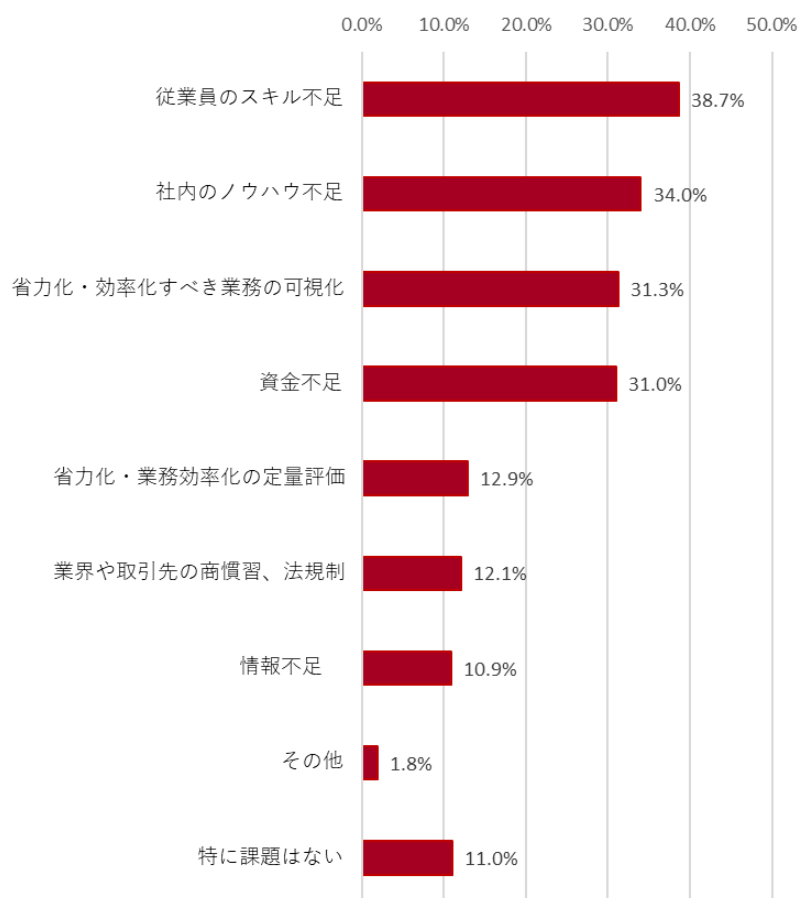


サービス業他



(10)(9)で「取り組んでいない」以外を選択された方への質問。省力化や業務効率化に取り組む上での問題は何か。 ※複数回答可

省力化や業務効率化に取り組む上での問題として、「従業員のスキル不足」と回答した企業が最も多く38.7%だった。次いで「社内のノウハウ不足」34.0%、「省力化・効率化すべき業務の可視化」31.3%となった。



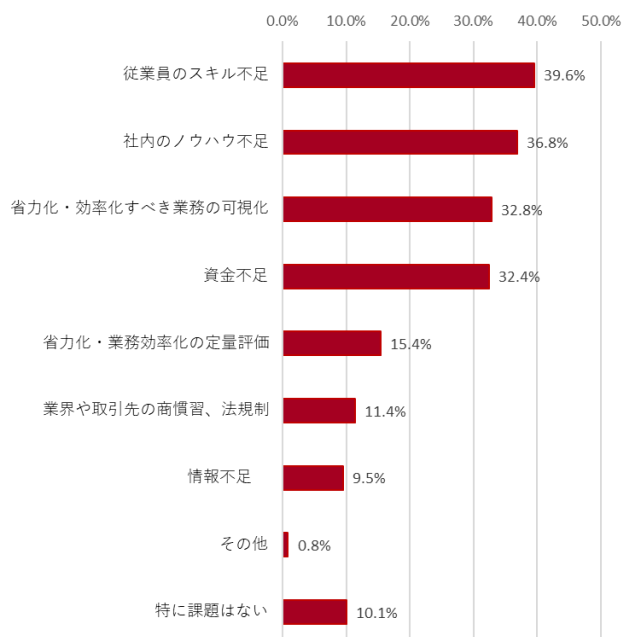
■省力化や業務効率化に向けての問題点

	製造業	卸・小売業	建設業	宿泊業	飲食業	情報通信業	運輸業	サービス業他	合計
従業員のスキル不足	188	49	45	10	4	5	7	48	356
社内のノウハウ不足	175	31	46	7	5	5	8	36	313
省力化・効率化すべき業務の可視化	156	36	32	6	4	8	7	39	288
資金不足	154	30	30	12	9	1	6	43	285
省力化・業務効率化の定量評価	73	14	6	1	0	3	4	18	119
業界や取引先の商慣習、法規制	54	23	9	0	2	3	7	13	111
情報不足	45	15	15	2	1	1	4	17	100
その他	4	3	5	0	0	0	1	4	17
特に課題はない	48	22	12	3	1	2	1	12	101
回答企業数※	475	126	113	27	16	12	23	128	920

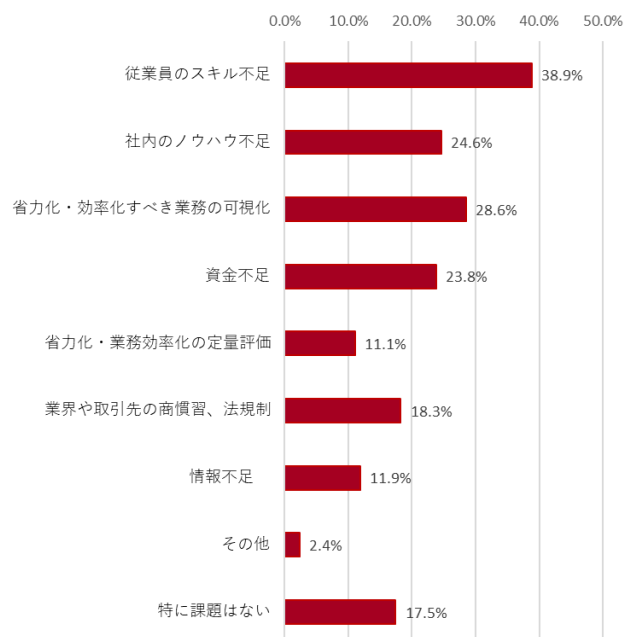
※複数回答が可能な設問のため、各項目の回答数の合計が回答企業数と一致しない場合があります。

省力化や業務効率化へ取り組む上での問題を業種別に見ると、製造業は「従業員のスキル不足」が39.6%、「社内のノウハウ不足」が36.8%。卸・小売業は「従業員のスキル不足」が38.9%、「省力化・効率化すべき業務の可視化」が28.6%。建設業は「社内のノウハウ不足」40.7%、「従業員のスキル不足」39.8%。宿泊業は「資金不足」44.4%、「従業員のスキル不足」37.0%。飲食業は「資金不足」56.3%、「社内のノウハウ不足」31.3%。情報通信業は「省力化・効率化すべき業務の可視化」66.7%、「従業員のスキル不足」「社内のノウハウ不足」が同率で41.7%。運輸業は「社内のノウハウ不足」34.8%、「従業員のスキル不足」「省力化・効率化すべき業務の可視化」「業界や取引先の商慣習、法規制」が同率で30.4%。サービス業は「従業員のスキル不足」37.5%、「資金不足」33.6%となった。業種によって、異なる問題の存在が明らかになった。

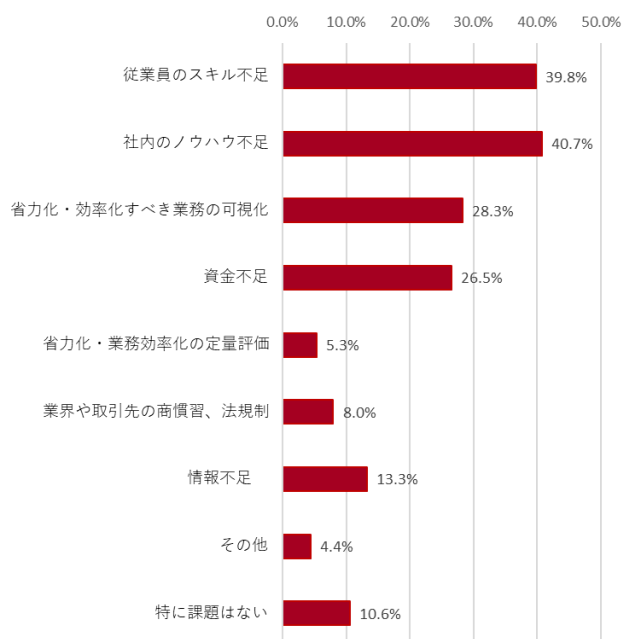
製造業



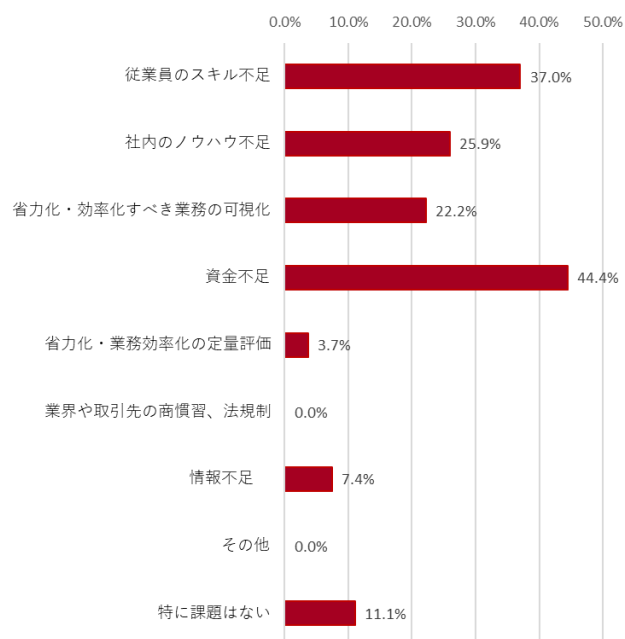
卸・小売業



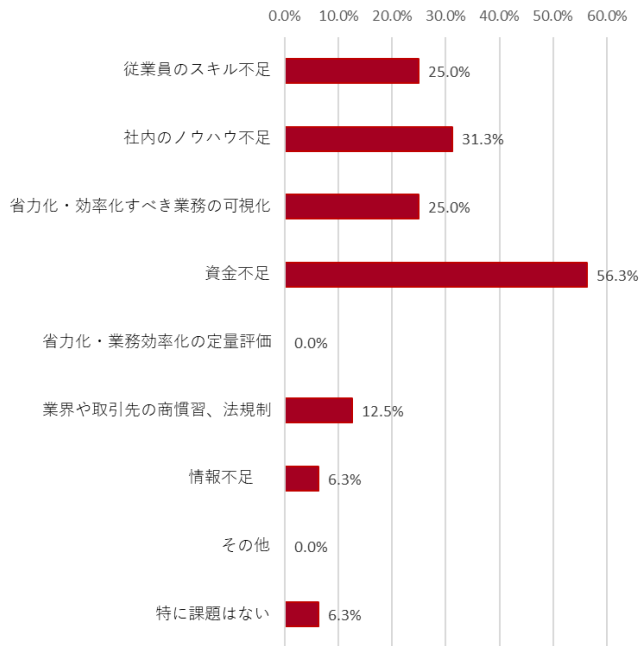
建設業



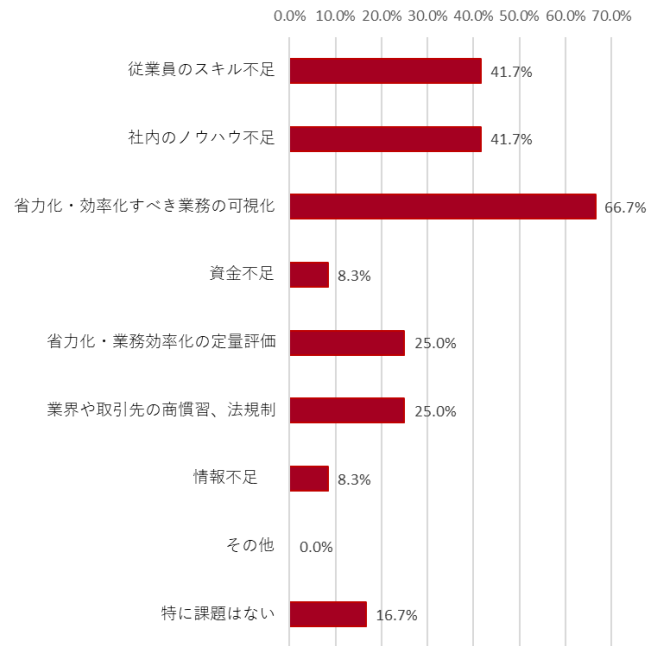
宿泊業



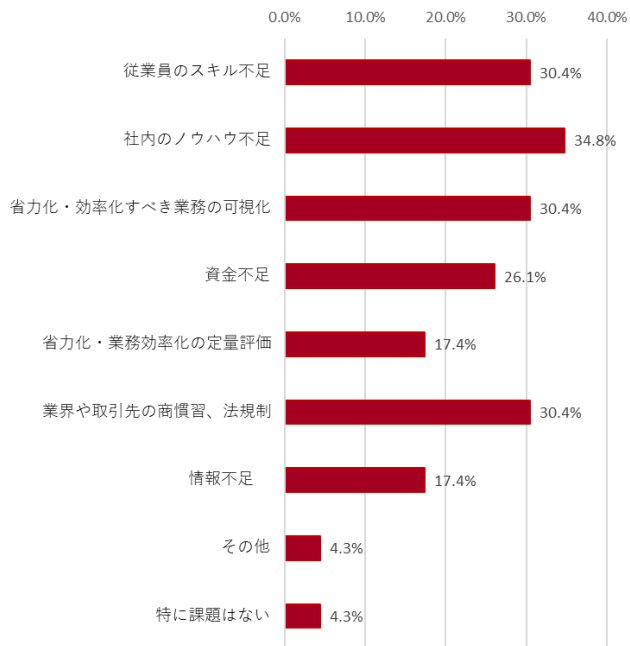
飲食業



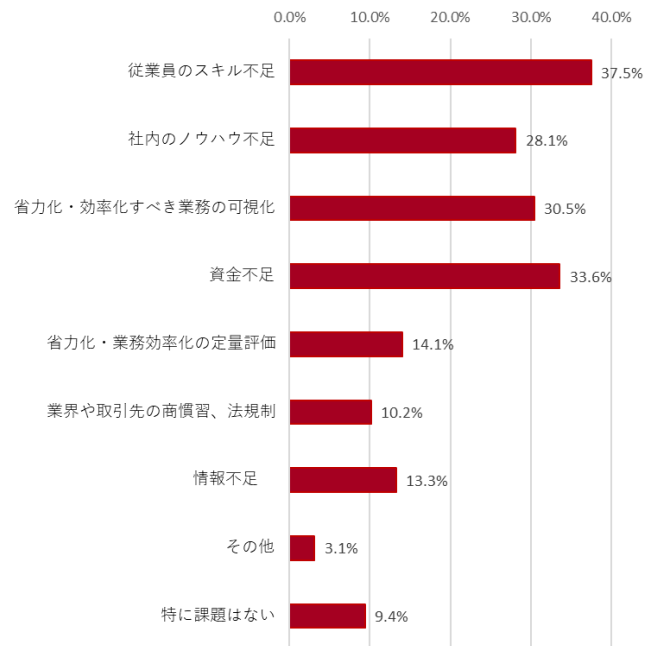
情報通信業



運輸業

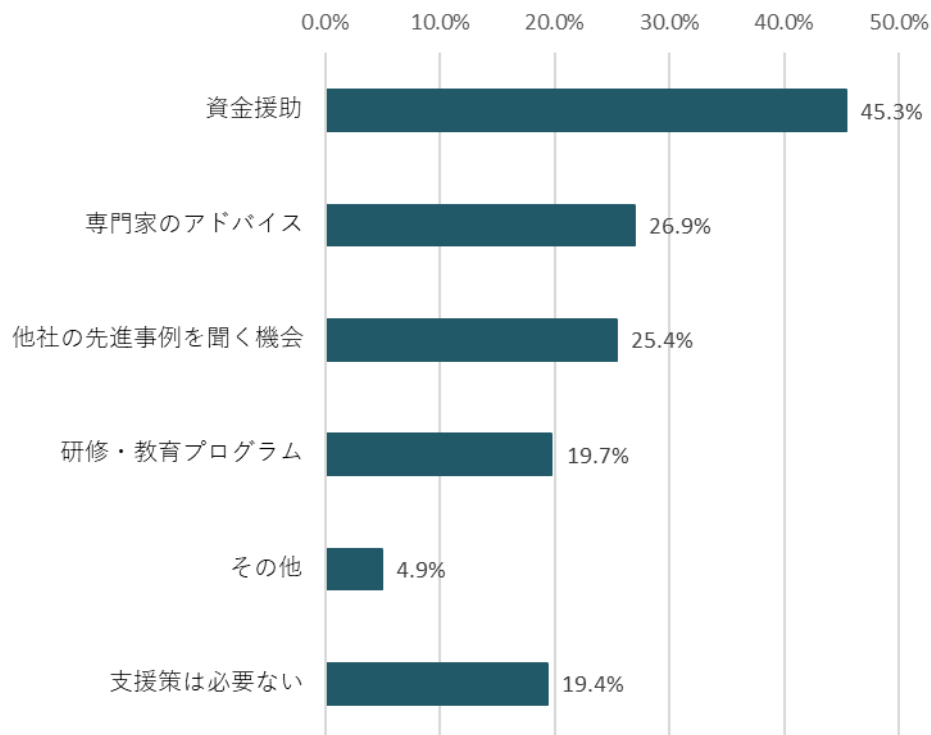


サービス業他



(11) どのような支援があれば成長戦略を効果的に実行できると思うか ※複数回答可

成長戦略を効果的に実行するための効果的な支援として、「資金援助」と答えた企業が最も多く 45.3%、次いで「専門家のアドバイス」26.9%、「他社の先進事例を聞く機会」25.4%となった。

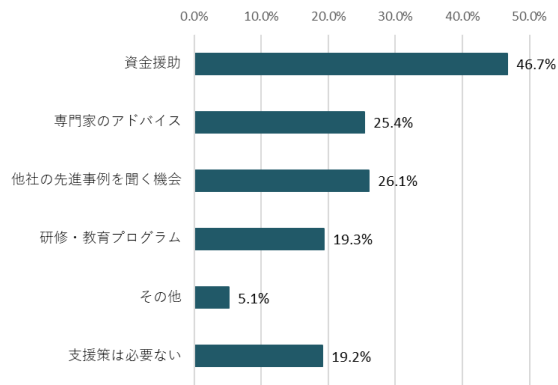


■成長戦略を効果的に実行するための支援

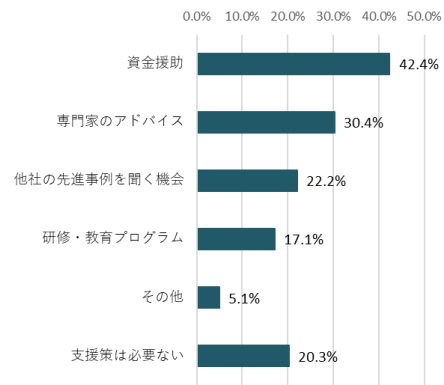
	製造業	卸・小売業	建設業	宿泊業	飲食業	情報通信業	運輸業	サービス業他	合計
資金援助	256	67	59	19	17	7	11	69	505
専門家のアドバイス	139	48	42	9	7	5	7	43	300
他社の先進事例を聞く機会	143	35	33	5	1	8	8	50	283
研修・教育プログラム	106	27	36	1	2	10	5	33	220
その他	28	8	4	2	1	1	1	10	55
支援策は必要ない	105	32	25	8	1	3	7	35	216
回答企業数	548	158	141	35	21	20	25	166	1,114

※複数回答が可能な設問のため、各項目の回答数の合計が回答企業数と一致しない場合があります。

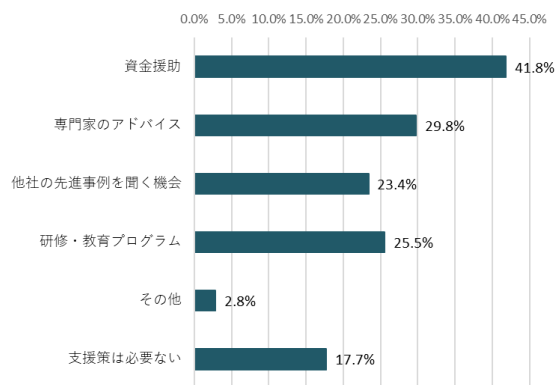
製造業



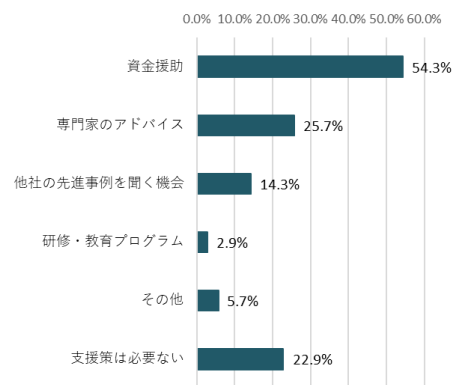
卸・小売業



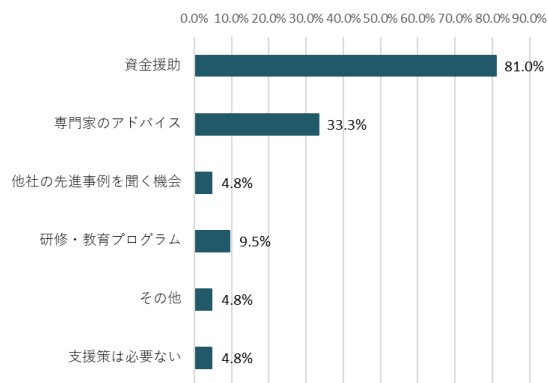
建設業



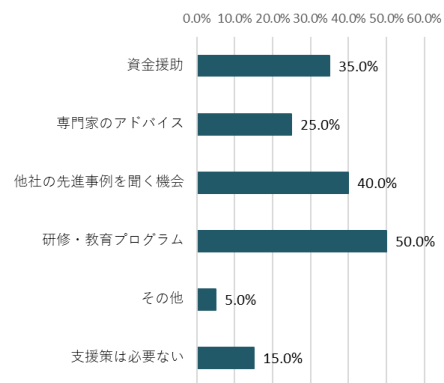
宿泊業



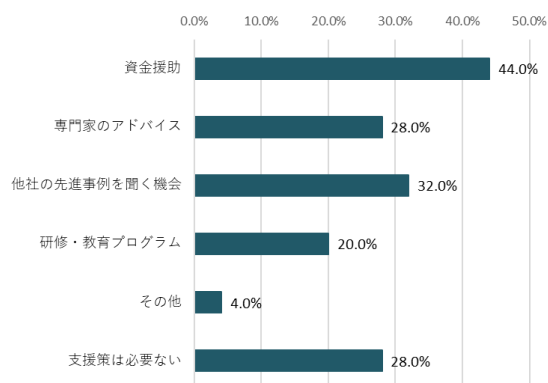
飲食業



情報通信業



運輸業



サービス業他

