

令和7年度「会員アンケート調査」集計結果 概要版

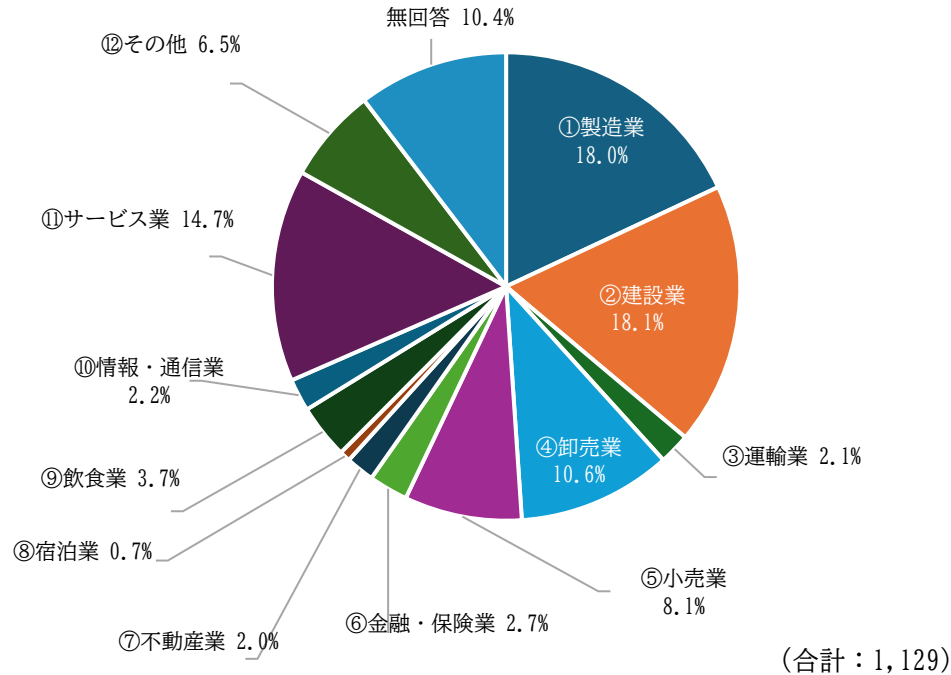
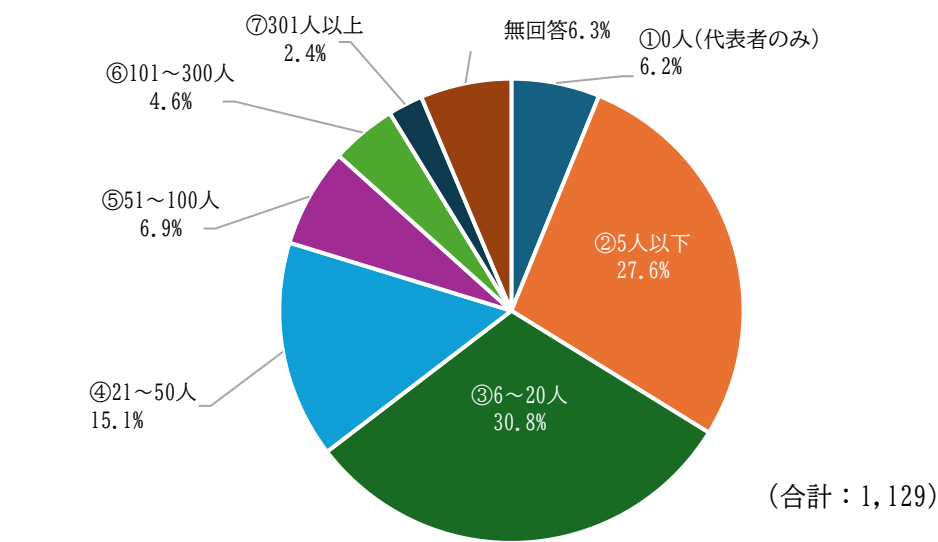
調査概要

- (1) 調査内容
- ①会員ニーズ調査（当所事業に対する会員ニーズを調査）
 - ②SDGs実態調査（会員のSDGsに対する調査）
 - ③デジタル化・DX実態調査（会員のデジタル化・DXに対する調査）
 - ④特別調査：カスハラ実態調査（企業活動における『カスハラ』に関する調査）
- (2) 調査対象 当所の全会員2,625事業所（令和7年5月末時点）
- (3) 調査方法 令和7年度事業所調査に同封（全会員に送付）
- (4) 調査期間 令和7年6月18日(水)～7月8日(火)
- (5) 回答数 1,071事業所／2,625事業所 → 回答率40.8%（目標30%）（昨年42.9%, 一昨年42.4%）
- <回答方法>
- | | | | |
|-------------|--------|---------|---------------------|
| ①用紙を返送 | 651事業所 | (60.8%) | (昨年67.7%, 一昨年91.4%) |
| ②Googleフォーム | 420事業所 | (39.2%) | (昨年32.3%, 一昨年8.6%) |

回答事業所の属性

従業員数	対象	回答数	回答率	構成比	昨年度 構成比
①0人（代表者のみ）	216	66	30.6%	6.2%	7.2%
②5人以下	1,033	296	28.7%	27.6%	29.9%
③6～20人	809	330	40.8%	30.8%	32.2%
④21～50人	334	162	48.5%	15.1%	14.5%
⑤51～100人	115	74	64.3%	6.9%	5.9%
⑥101～300人	82	49	59.8%	4.6%	4.3%
⑦301人以上	36	26	72.2%	2.4%	2.1%
無回答	-	68	-	6.3%	3.7%
合計	2,625	1,071	40.8%	100.0%	100.0%

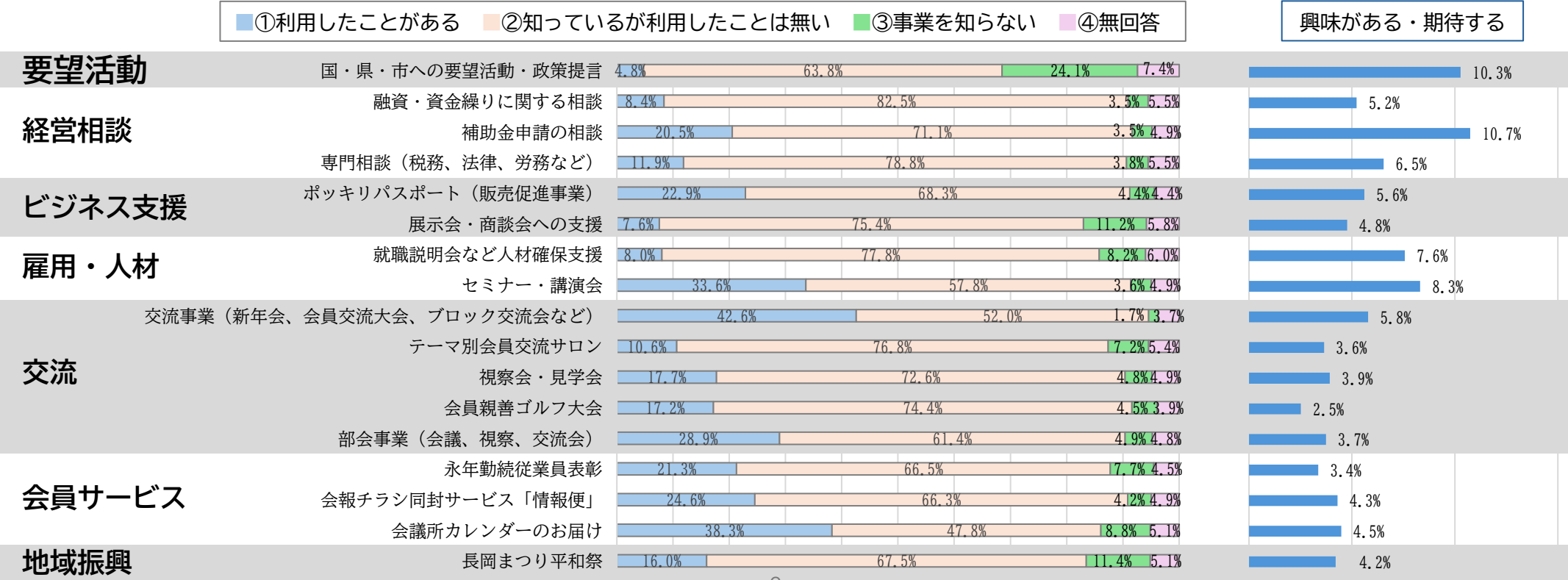
業種	対象	回答数	回答率	構成比	昨年度 構成比
①製造業	487	193	39.6%	18.0%	18.3%
②建設業	477	194	40.7%	18.1%	19.1%
③運輸業	49	23	46.9%	2.1%	2.3%
④卸売業	342	114	33.3%	10.6%	9.8%
⑤小売業	183	87	47.5%	8.1%	8.3%
⑥金融・保険業	63	29	46.0%	2.7%	2.7%
⑦不動産業	65	21	32.3%	2.0%	2.2%
⑧宿泊業	11	8	72.7%	0.7%	0.4%
⑨飲食業	217	40	18.4%	3.7%	4.9%
⑩情報・通信業	82	24	29.3%	2.2%	2.7%
⑪サービス業	538	157	29.2%	14.7%	13.9%
⑫その他	111	70	63.1%	6.5%	6.4%
無回答	-	111	-	10.4%	8.9%
合計	2,625	1,071	40.8%	100.0%	100.0%



調査①「会員ニーズ」

1. 商工会議所の事業活動への認知と期待について

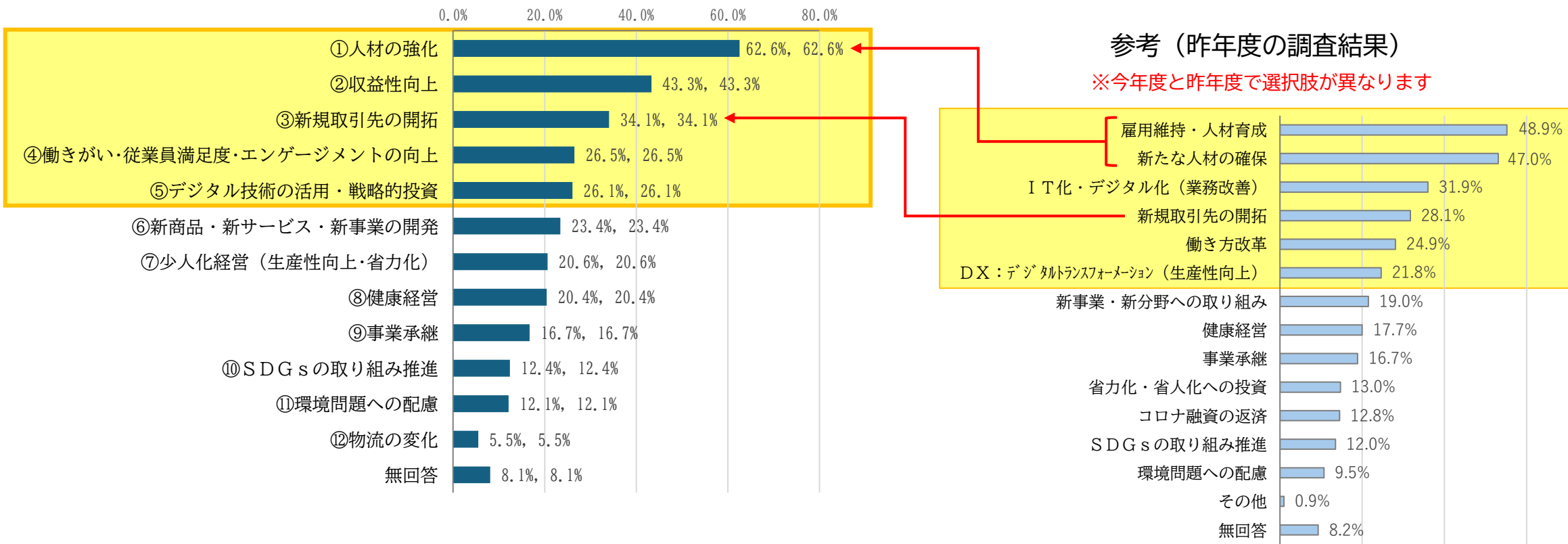
【要 望 活 動】は、「興味がある・期待する」割合が10.3%と多かった。一方で、「事業を知らない」との回答が他事業と比べて一番多かった。
【経 営 相 談】は、昨年同様に補助金申請の相談について、「利用した」、「興味・期待」する割合が多かった。
【ビジネス支援】は、ポキパスを「利用した」、「知っている」の割合が9割を占め、認知が高い結果を得た。
【雇 用・人 材】は、他の事業と比べて「興味・期待」する割合が多く、セミナー・講演会を「利用した」との回答が33.6%あった。
【交 流】は、交流事業を「利用した」が42.6%、部会事業も「利用した」が28.9%あり、他社との出会いに期待する結果を得た。
【会員サービス】は、情報便を「利用した」との回答が昨年12.4%から24.6%に上昇し、閲覧いただいていることがうかがえた。
【地 域 振 興】は、長岡まつり平和祭を「知っているが利用したことがない」が67.5%であった。



調査①「会員ニーズ」

2. 今後の経営で重要視すること【複数選択可】

「人材の強化」が62.6%回答。人材の確保・育成・維持についての関心の高さが目立った。
「収益性の向上」が43.3%、「新規取引先の開拓」が34.1%あり、物価高や人件費の上昇、需要の縮小など、様々な社会環境の変化への対応がうかがえる。



調査①「会員ニーズ」

3. 商工会議所で取り組んで欲しい事業や分野、その他自由意見

1. 人材確保・定着・育成（17）

- 人材育成（9） 例：セミナー・講演会の実施（新入社員や女性経営者など）
- 採用支援（7） 例：学生を対象として地元企業のPR、人材紹介、就職説明会の実施
- 人材定着（1） 例：職場環境整備、働きがい創出など

2. 市政・産業振興・地域活性化（14）

- 行政等への働きかけ（5） 例：規制緩和、中小企業支援策の拡充、産学官金連携など
- 少子高齢化社会への対応（5） 例：教育・子育て支援、高齢者の職場環境整備
- 対外的な長岡のPR（2） 例：県外・海外など
- 文化事業の実施（2） 例：サブカルチャーなど

3. ビジネスマッチング・販売促進（11）

- 事業所同士のマッチング（6） 例：会員企業、首都圏企業
- 営業活動の場の提供（3）
- 集客イベント（2） 例：即売会、アオーレを利用したイベント

4. 補助金・助成金、融資（11）

- 補助金・助成金等の拡充（4） 例：設備投資や解体、人材育成、省人化・省力化など
- 補助金・助成金等の情報提供（3）
- 補助金申請支援（2）
- 融資申込支援（1） 例：創業時の融資
- 資金繰り相談（1）

5. 課題解決（9）

- 事業承継（3）
- 海外進出・輸出支援（2）
- 起業支援（1）
- 法改正時の対応指導（1）
- 健康経営（1）
- 下請け企業支援（1）

6. デジタル化・DX（7）

- AI活用（4） 例：セミナー、活用支援
- 生産性向上支援（2） 例：業務での取り入れ方の指導
- ルーティン業務の自動化支援（1）

7. 交流（5）

- 他業種との交流（3）
- テーマ別の交流（1） 例：現在実施中の交流サロンのようなもの
- 規模・事業内容別の交流（1）

8. SDGs・環境対策（3）

- SDGsの他社事例の紹介（1）
- SDGsを推し進めるのをやめてほしい（1）
- 環境に配慮したものづくり支援（1）

9. 商工会議所への期待・要望・感謝

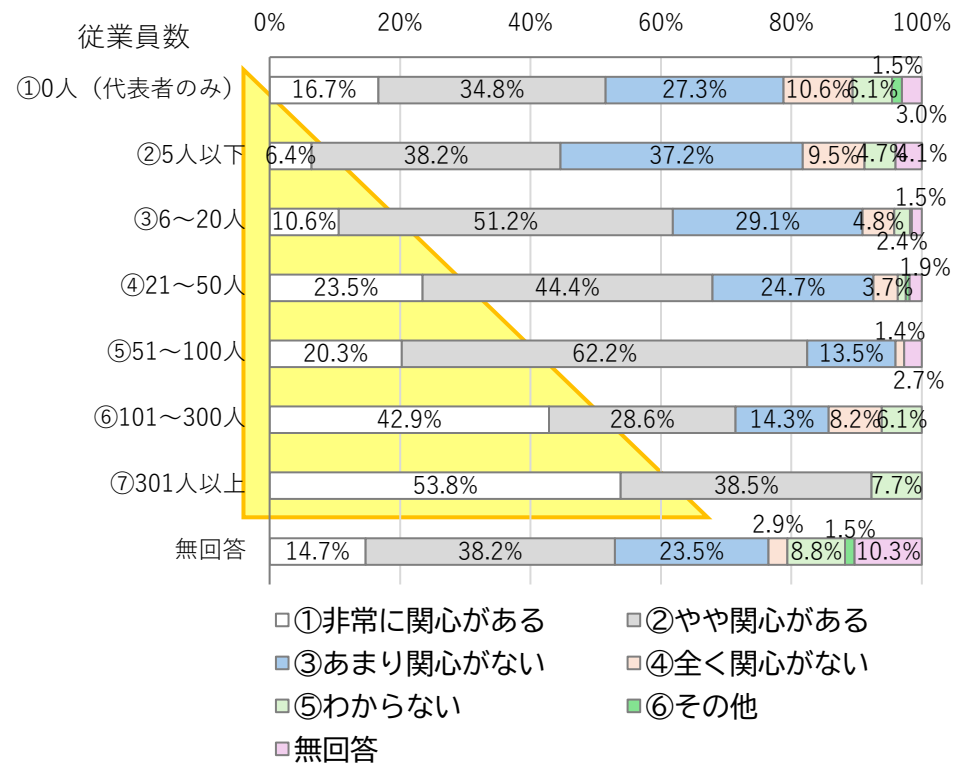
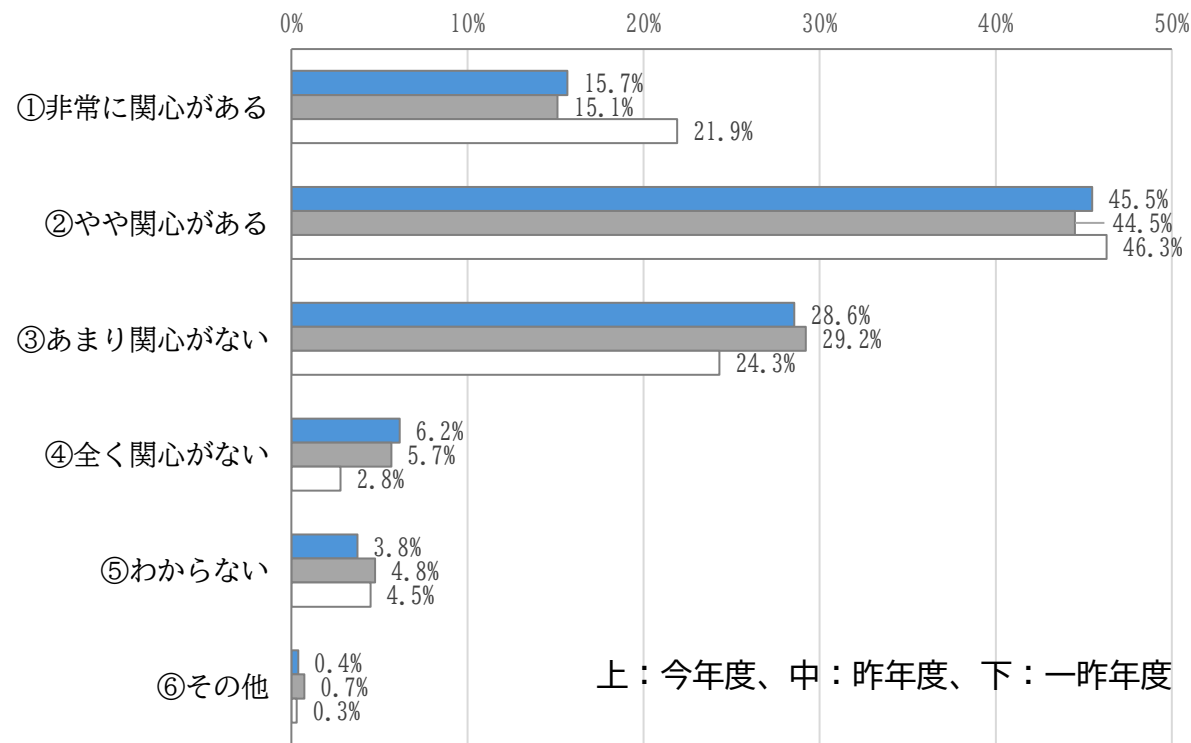
- ・事業所訪問による相談案件の掘り起こしに期待する
- ・会議所事業の認知と利用の拡大に努めて欲しい。

調査②「SDGs」

1. SDGsについて関心はどれくらいありますか【該当を1つ回答】



SDGsへの関心度は、3年間の変化をみても、高まってきているとは言えない。
従業員数規模でみると、従業員数が多い企業ほどSDGsへの関心が高い傾向である。

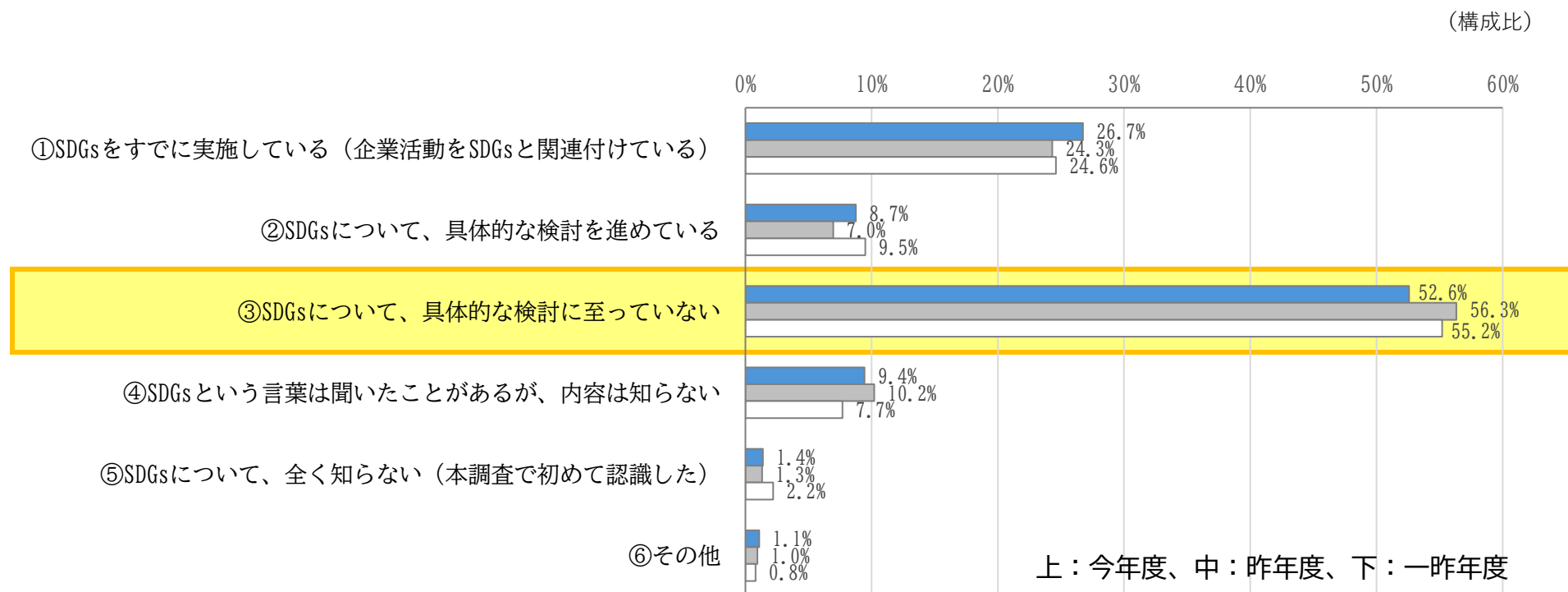


調査②「SDGs」

2. SDGsの認知度・対応状況はどの段階ですか【該当を1つ回答】

「SDGsについて具体的な検討に至っていない」が52.6%と半数近くあった。

3年間の推移をみても顕著な変化はみられない。



調査②「SDGs」

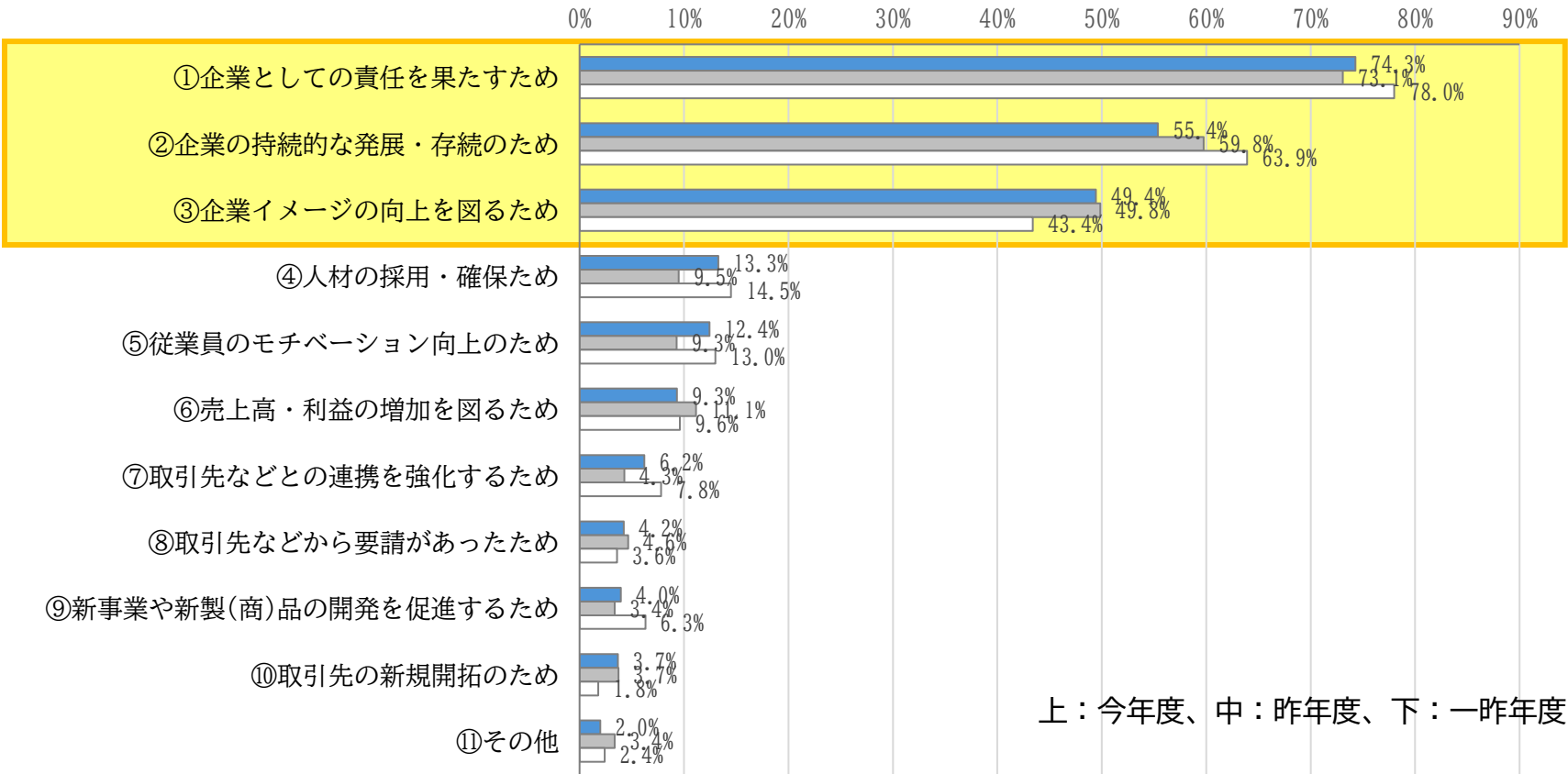
3. (問2で①②を選んだ方) SDGsに取り組むまたは検討する目的【該当3つまで回答】



回答の多かった上位3項目については、昨年、一昨年の調査結果と同様の順位である。

「②企業の持続的な発展・存続のため」は、一昨年と比べて8.5ポイント低下した。

(選択率)

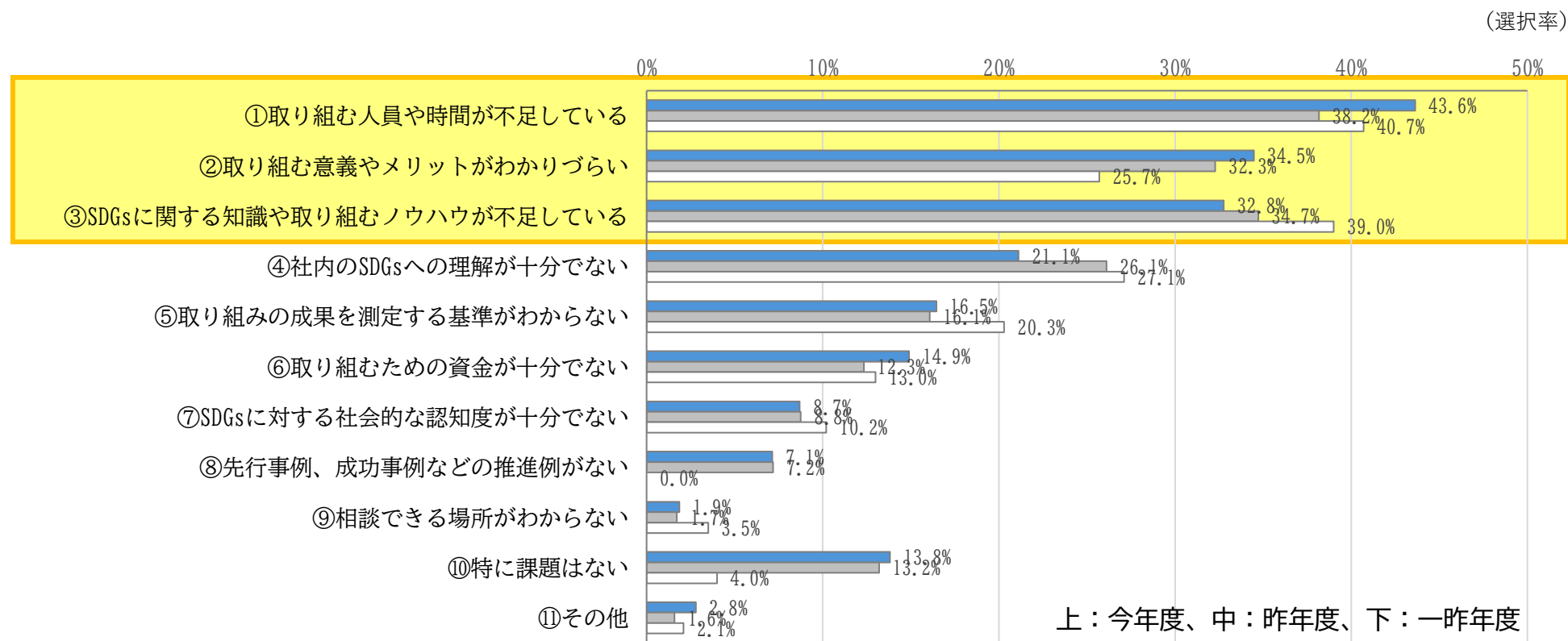


上：今年度、中：昨年度、下：一昨年度

調査②「SDGs」

4. (問2で③④⑤⑥を選んだ方) SDGsに取り組むうえでの課題や取り組まない理由【該当3つまで回答】

「①取り組む人員や時間が不足している」が昨年と比べて5.4ポイント上昇、「②取り組む意義やメリットがわかりづらい」が2.3ポイント上昇、
「③SDGsに関する知識や取り組むノウハウが不足している」が3年間低下しており、意義が見いだせないために行動や関心が薄れている現状が垣間見えた。



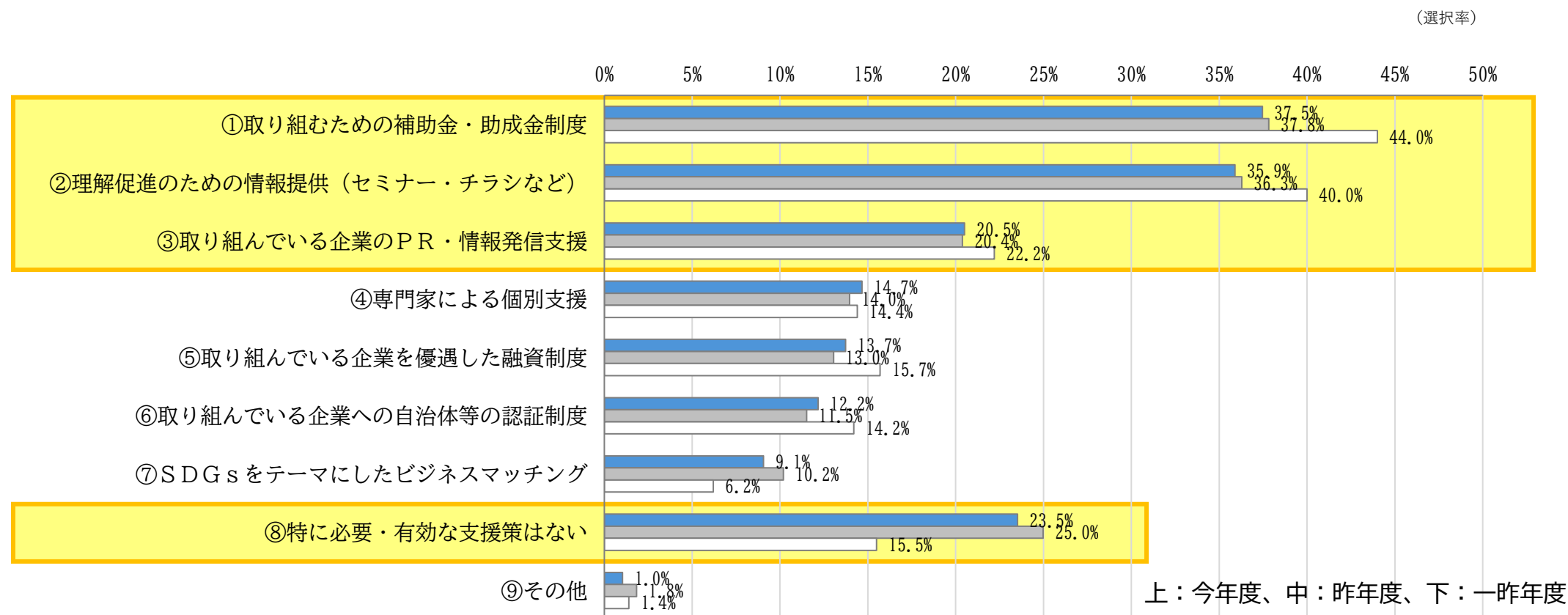
(注) 一昨年度は「⑧先行事例、成功事例などの推進例がない」の選択肢無し。

調査②「SDGs」

5. SDGsに取り組むうえで必要・有効だと思う支援策【該当3つまで回答】

求める支援策の上位3項目は過去3年間変わらない。全体を通してポイントが低下しており、関心が伸びない結果に比例している。

また「⑧特に必要・有効な支援策はない」は一昨年と比べて上昇しており、全体的に支援ニーズの減少がうかがえる。

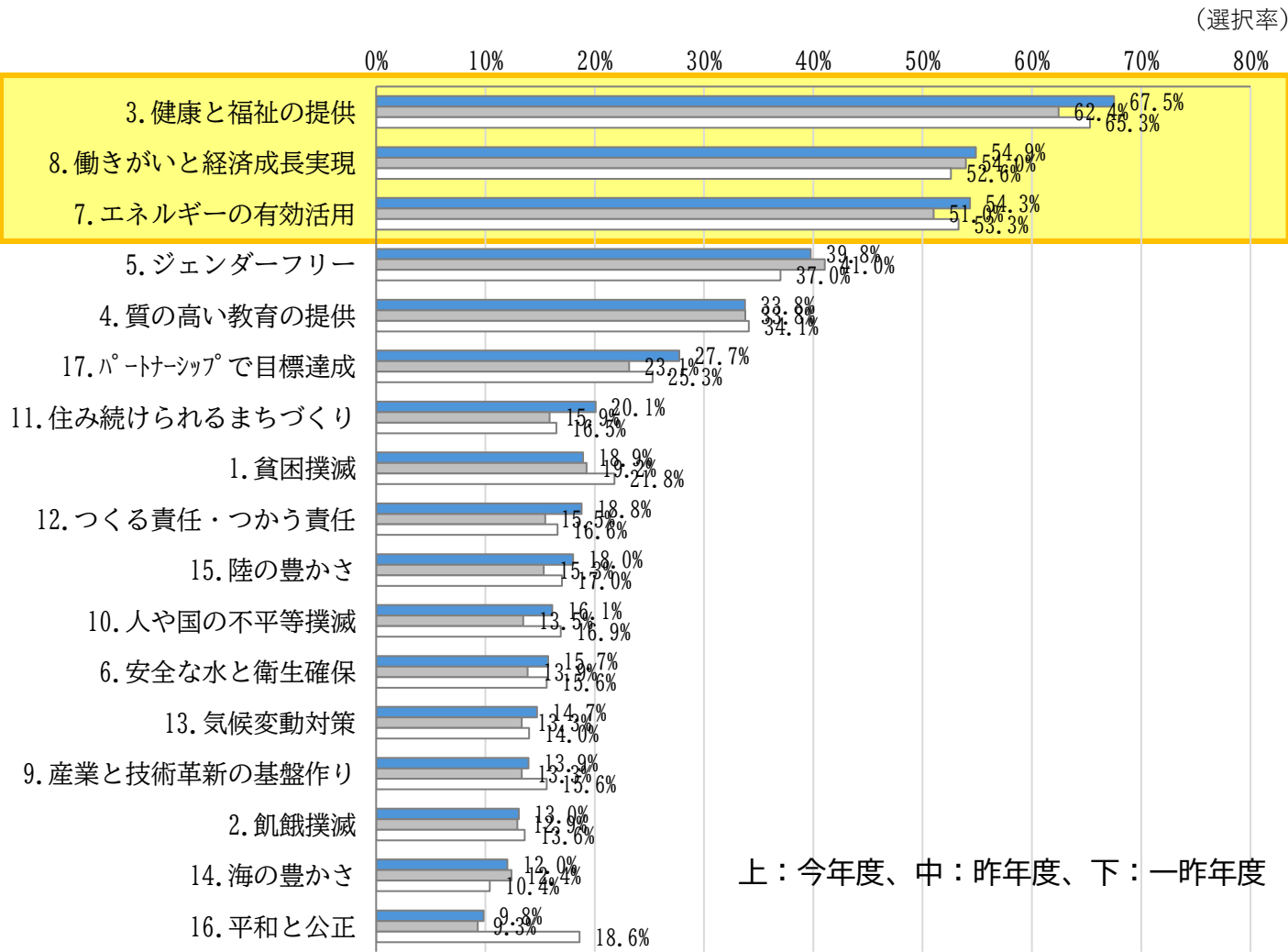


調査②「SDGs」

6. 17分野のゴールについて、行っている（もしくは類似の）取組み【該当3つまで回答】

上位3項目は3年間変わらず、「健康と福祉の提供」、「働きがいと経済成長実現」、「エネルギーの有効利用」と続き、企業活動に直結する回答が上位を占めた。

一方で、上位3位は今年微増しており、「普段の企業活動をSDGsに当てはめれば良い」という考えが増えたと想定される。



調査②「SDGs」

7. 具体的な取り組み内容や課題、得られた効果【自由記入】

1. 環境保全およびエネルギー問題への取り組み（96）

エネルギー効率化、環境汚染物質の排出抑制（51） 例：LED照明の導入、節電、脱プラ、CO2削減商品の選択
資源リサイクル（20） 例：廃材の再利用、リユース活動など。
再生可能エネルギー（16） 例：太陽光発電設備の導入、再生可能エネルギーの利用促進など。
植樹活動への参加（3） 環境保全の啓発事業（6）

2. 従業員の働きやすさの向上および健康促進（62）

働き方改革（26） 例：残業の管理、女性管理職の登用、育児休業の導入など
従業員満足度の向上（19） 例：キャリアアップ支援、社内研修制度の整備、労働環境の改善など
健康促進（17） 例：定期的な健康診断、予防接種の費用補助、水分補給の働きかけなど

3. 社会貢献および地域活動（47）

地域貢献活動（17） 例：地域清掃活動、地域資源の活用
社会福祉（17） 例：児童養護施設・地域食堂等への寄付、健康増進活動など
文化および教育活動（13） 例：学生への特別授業、職場見学・体験の受け入れなど

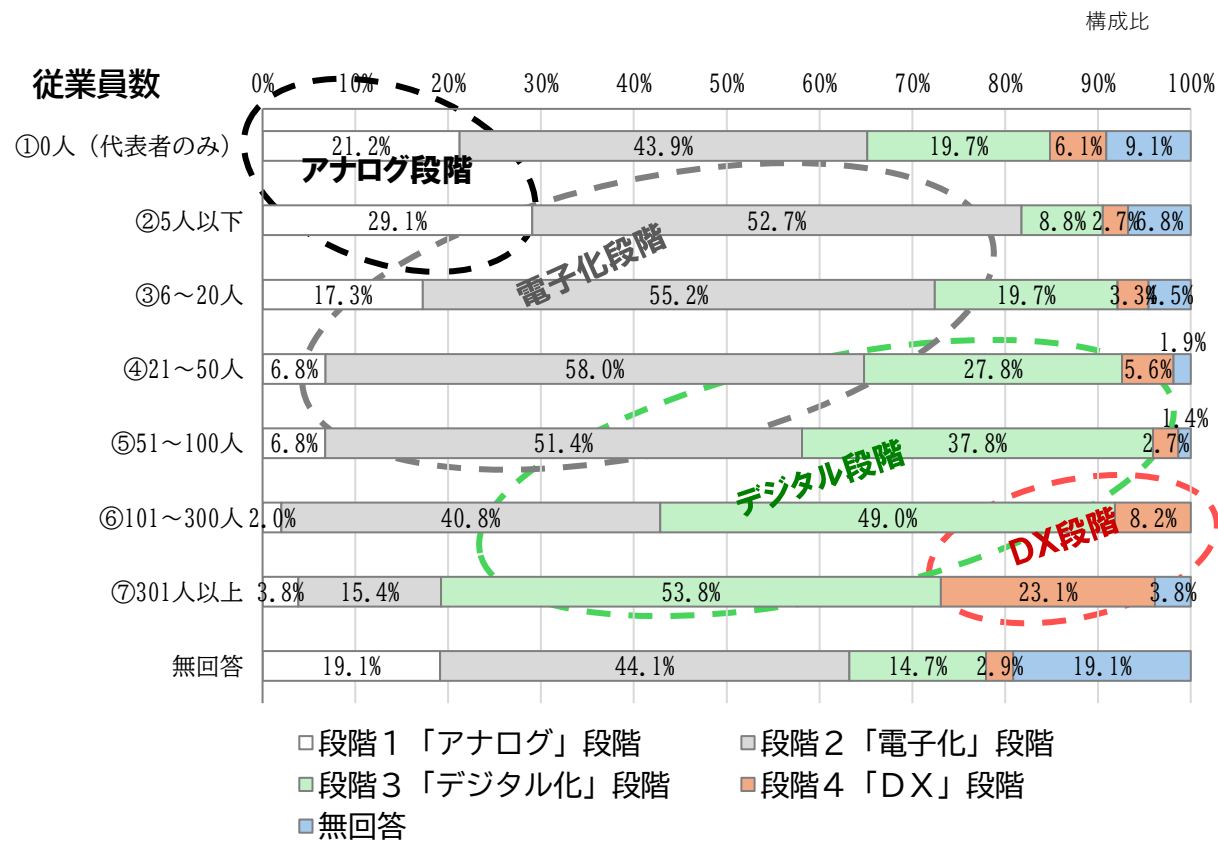
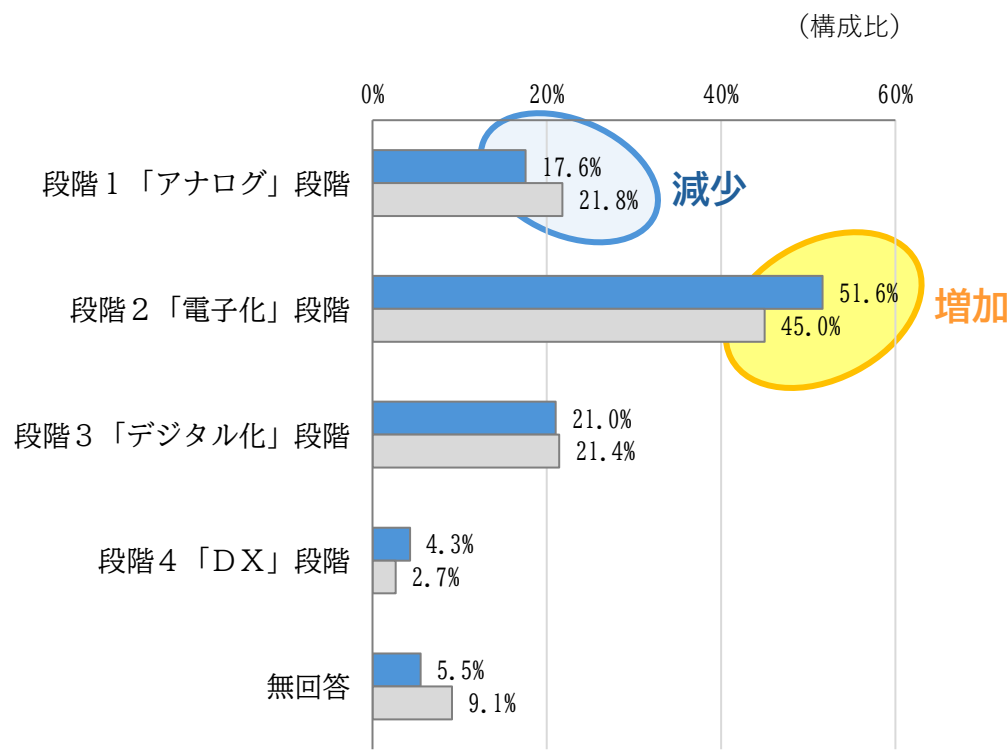
4. その他（44）

SDGs宣言を策定した、SDGsの取り組みを広報している（8）
取り組んでいない、分からない（33） 例：今後検討する、意識して行っていない
SDGsの必要性・重要性を感じない（3） 例：他国が決めたルールに従う必要はない、他国も既に取り組んでいない

調査③「デジタル化・DX」

1. デジタル化・DXへの対応状況はどの段階ですか【該当を1つ回答】

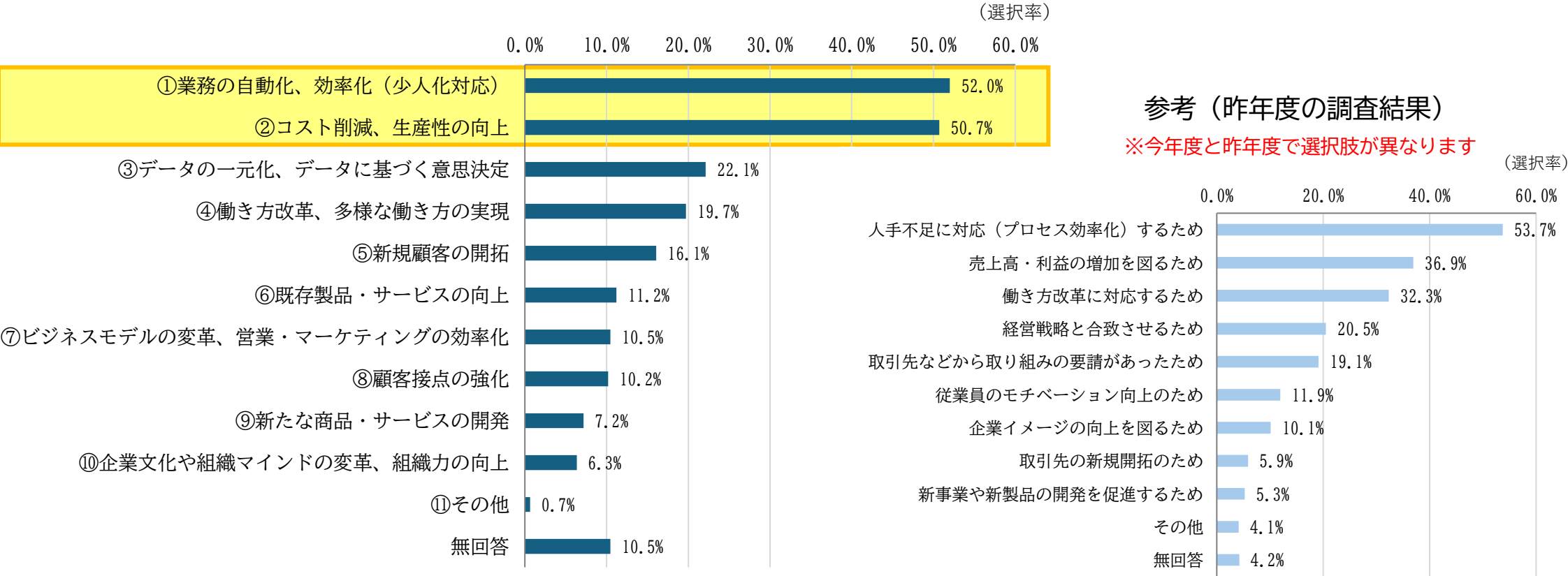
段階1「アナログ」が減少し、段階2「電子化」が増加となり、段階がステップアップしてきている可能性が示唆される。
従業員数で段階をみると、従業員規模が大きいほど段階が進んでいる様子が見えてくる。



調査③「デジタル化・DX」

2. 取り組むまたは検討する目的【該当3つまで回答】

「①業務の自動化、効率化（少人化対応）」、「②コスト削減、生産性の向上」とともに選択率が50%超という回答結果を得た。調査①「会員ニーズ」の『今後の経営で重要視すること』の1位回答（人材の強化）、2位回答（収益性向上）に直結した結果を得た。現状では「ツール導入による効率化」＝DXのD（デジタル）の側面が強調され、一方で、「ビジネスモデル創出」や「新しい価値創出」といったX（変革）の視点がまだ希薄であると想定される。

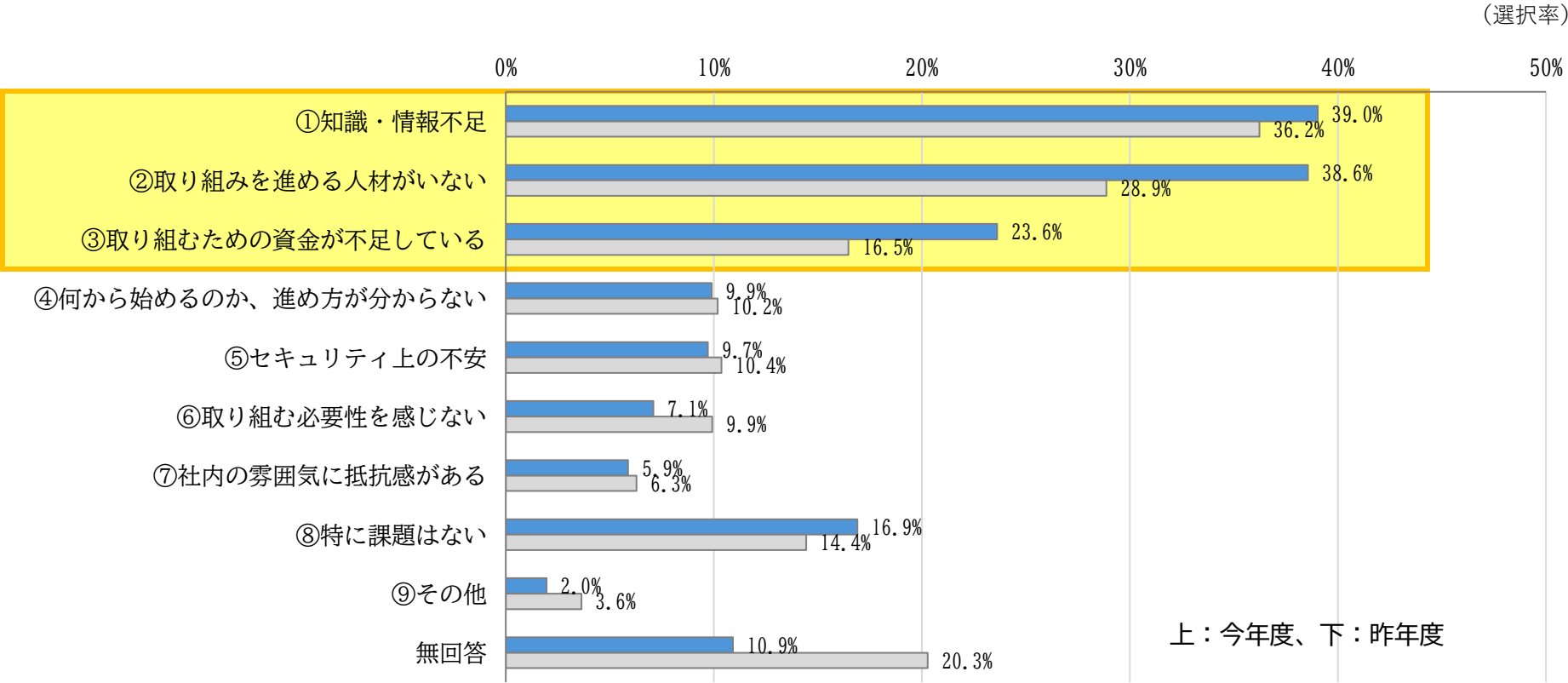


調査③「デジタル化・DX」

3. 取り組むうえでの課題または取り組まない理由【該当3つまで回答】



上位3項目の「①知識・情報不足」、「②取り組みを進める人材がいない」、「③取り組むための資金が不足している」が、いずれも上昇しており、課題感が高まっている反面、デジタル化・DXへの関心が高まっていると想定される。



調査③「デジタル化・DX」

4. デジタル技術を導入している（したい）業務はありますか 【各項目該当3つまで回答】

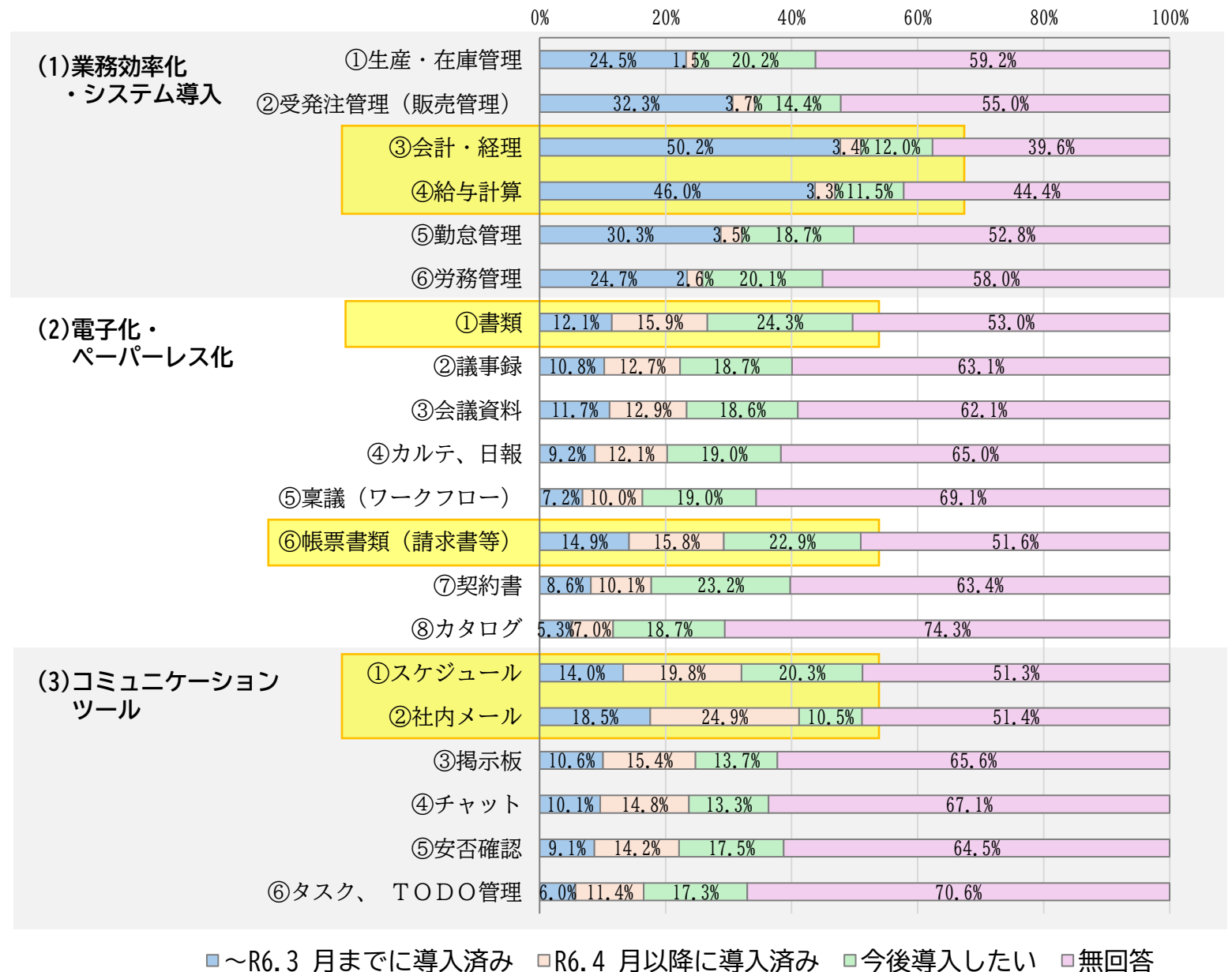
(1)業務効率化・システム導入については、「③会計・経理」、「④給与計算」で約50%が導入している。

(2)電子化・ペーパーレス化では、「今後導入したい」までを含めると「①書類」、「⑥帳票書類」が50%を超えている。

(3)コミュニケーションツールでは、「①スケジュール」、「②社内メール」が50%を超えている。

(2)(3)は全ての項目で無回答が50%を超えており、導入や関心の度合いに格差がみられる。

なお、項目外では、「キャッシュレス決済の導入」の回答が一番多かった。



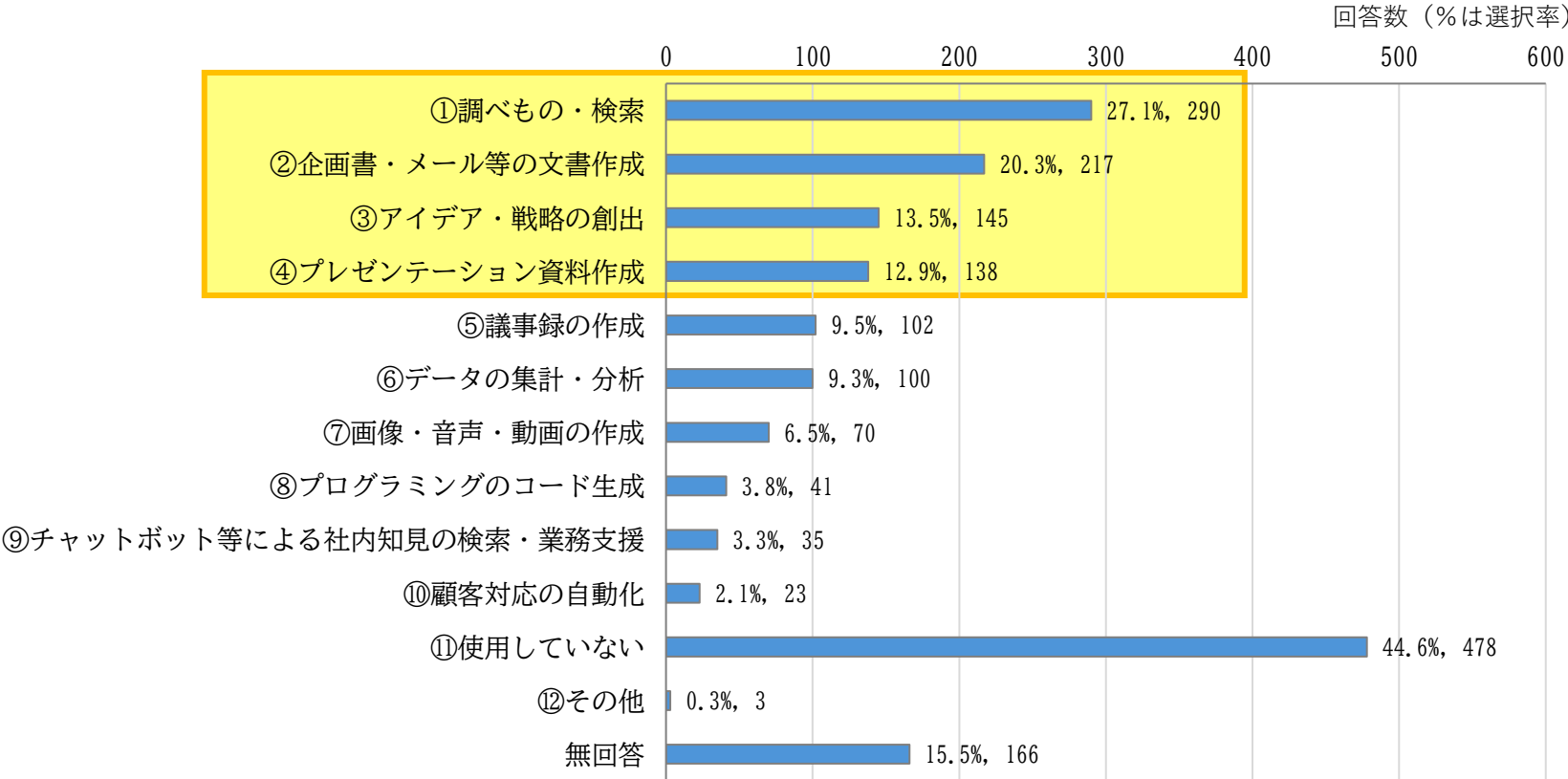
調査③「デジタル化・DX」

5. 生成AIをどんな業務に活用していますか【複数選択可】

使用業務としては、「①調べもの・検索」、「②企画書・メール等の文書作成」が20%超、「③アイデア・戦略の創出」、「④プレゼンテーション資料作成」で10%超の回答を得た。

「⑪使用していない」が44.6%で回答者の半数が使用していないが、反面、半数程度が生成AIを使用しているとみられる。

なお、活用している生成AIで最も多かったのは「ChatGPT」で93件（表にある回答の56%）であった。



活用している生成AI

生成AI	回答数
ChatGPT	93
Copilot	27
Gemini	23
Claude	6
NotebookLM	4
Canva	3
Perplexity	3
exaBase生成AI	2
Windsurf	2
Google	2
PLAUD	2

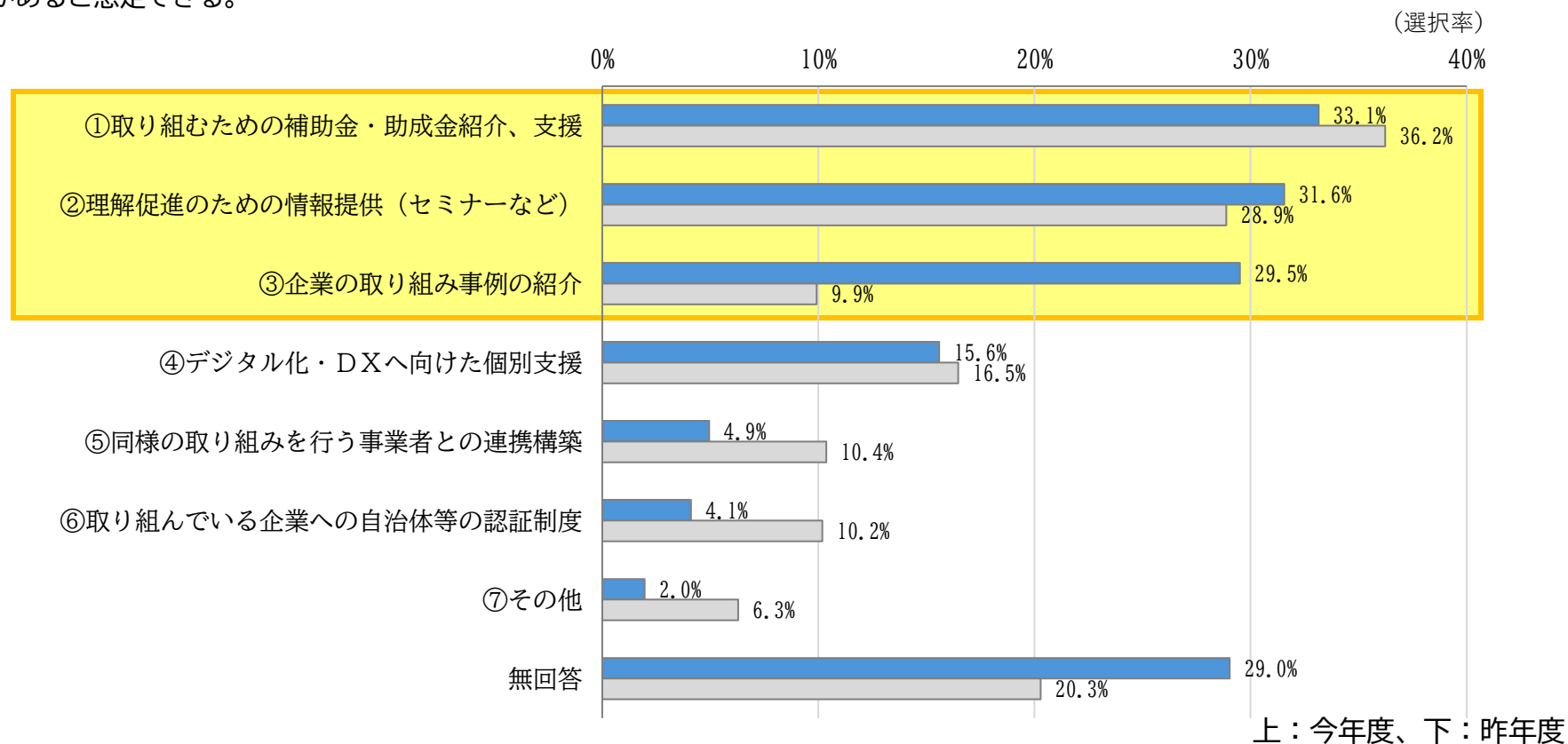
他に回答数1が多数あり

調査③「デジタル化・DX」

6. デジタル化・DXに関して商工会議所に求める支援策【該当3つまで回答】

上位2項目は昨年と同様の回答であったが、「③企業の取り組み事例の紹介」が昨年の3倍上昇し19.5ポイントの回答を得た。

“自分ごと化”するために、「デジタルをどう使って、何が変わったか」という成功パターンの具体像や、同業・同規模のリアルな取り組み事例に関心があると想定できる。

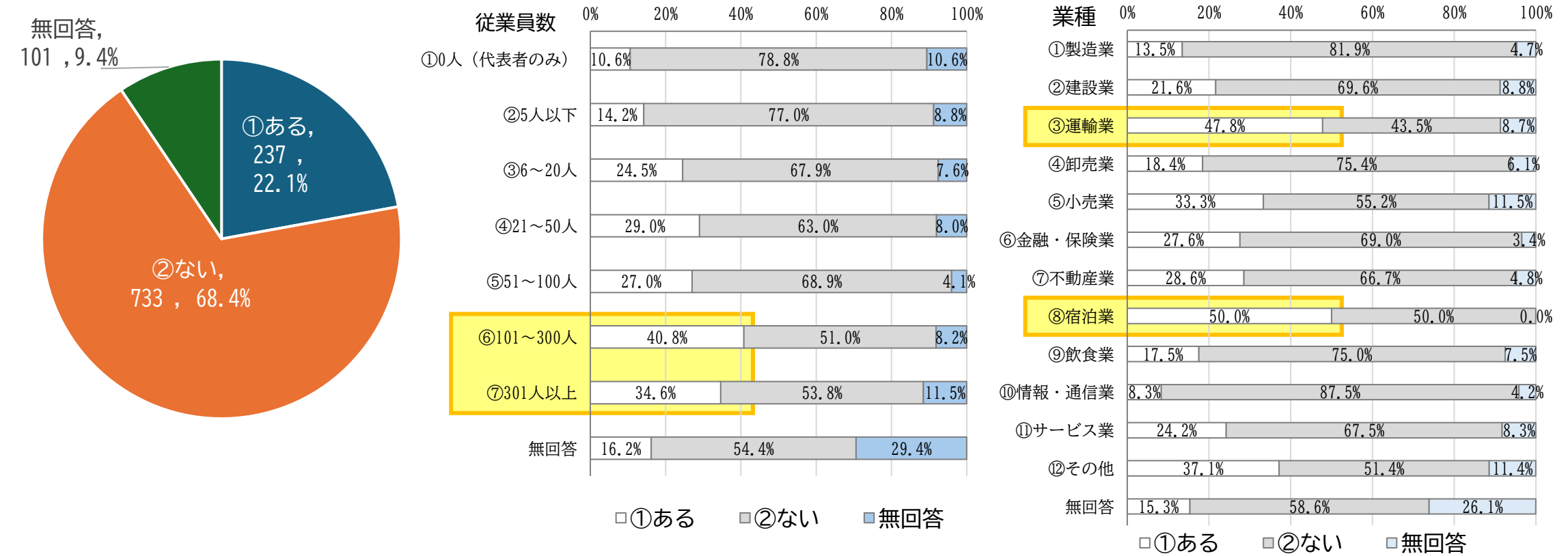


特別調査「カスハラ」

1. 貴社もしくは従業員がカスハラや不当な要求等を受けたことがありますか

回答企業のうち22.1%、237社が「カスハラを受けたことがある」と回答した。

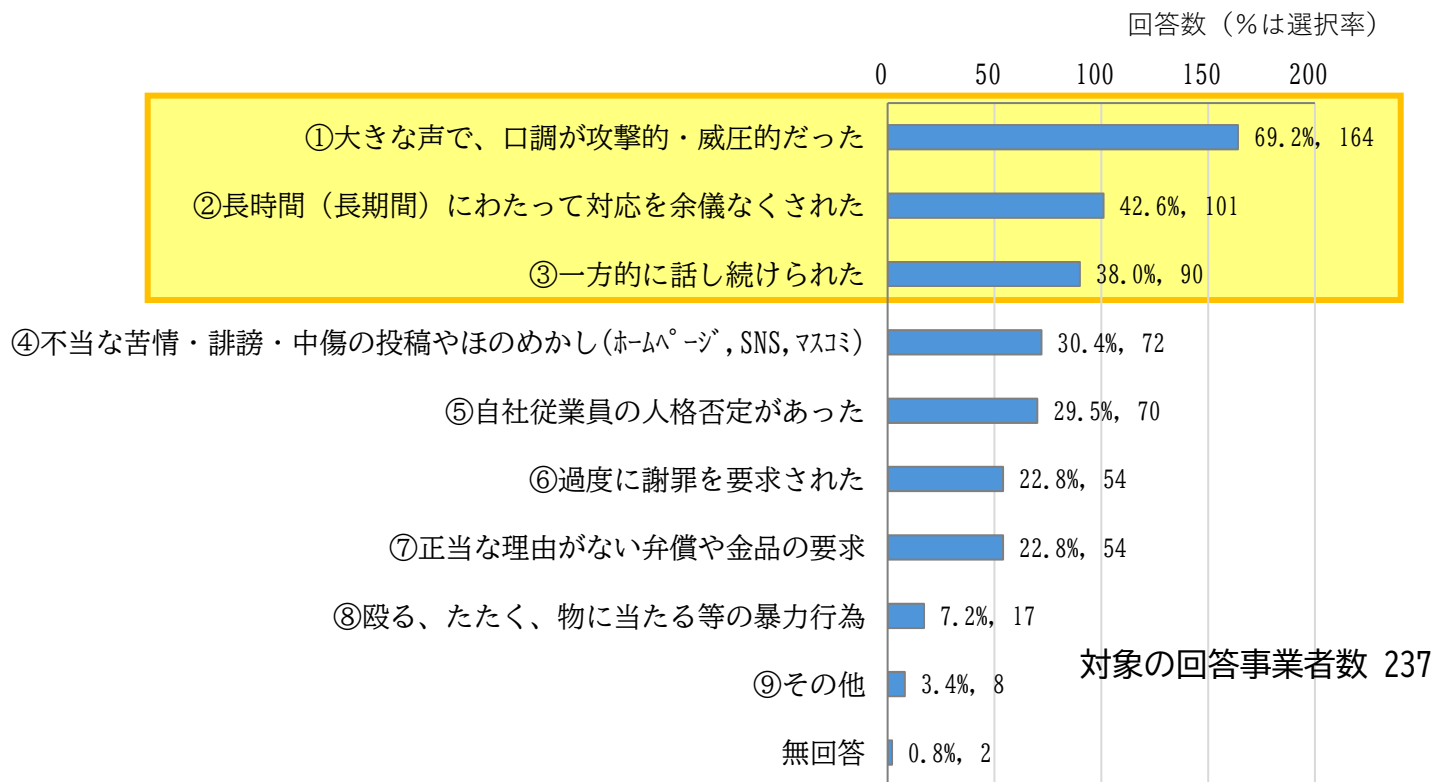
「①ある」の割合について、従業員規模別では規模が大きいほど高い傾向がみられた。業種別では、「⑧宿泊業」が50%（4社）と最も多く、次いで「③運輸業」が47.8%（11社）との回答を得た。（※アンケートの回答数に注意：運輸業23社、宿泊業8社）



特別調査「カスハラ」

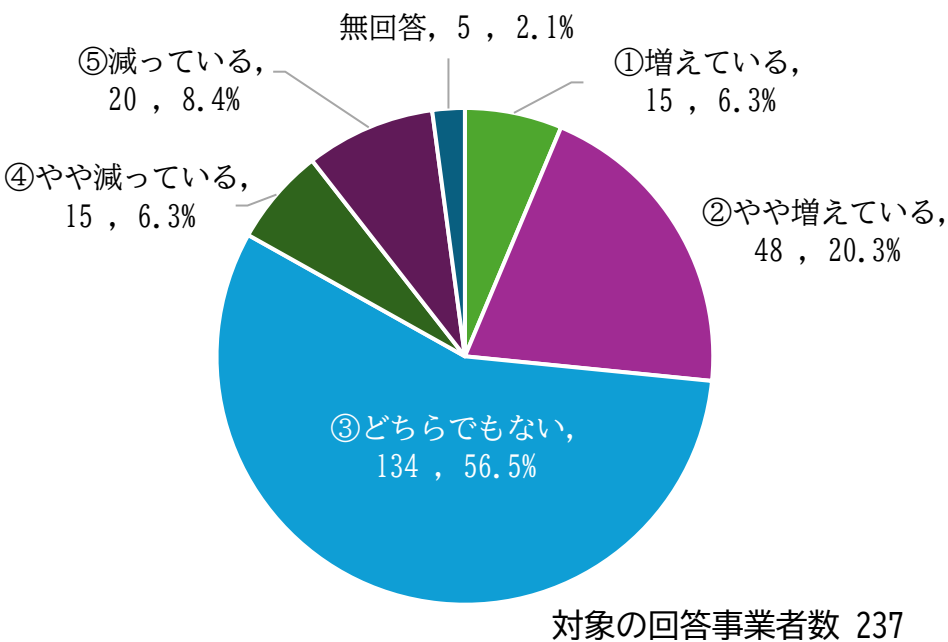
2. (問1で「①ある」を回答いただいた方) それはどんな内容ですか【複数回答可】

「カスハラを受けたことがある」と回答した237社のうち、
約7割が「①大きな声で、口調が攻撃的・威圧的だった」と回答した。
次いで、「②長時間（長期間）にわたって対応を余儀なくされた」に42.6%、
「③一方的に話続けられた」に38.0%が回答した。



3. (問1で「①ある」を回答いただいた方) カスハラは増えていると感じますか

「どちらでもない」(134、56.5%)が最も多かった。
「増えている」と「やや増えている」の合計は26.6%であり、
「やや減っている」と「減っている」の合計14.8%を上回った。



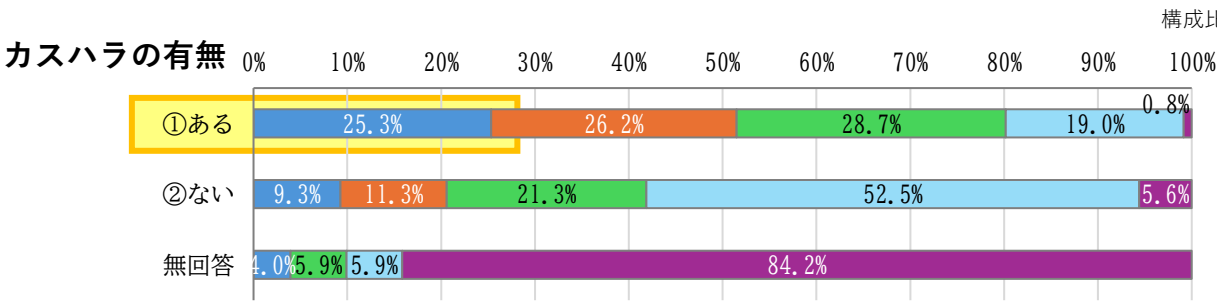
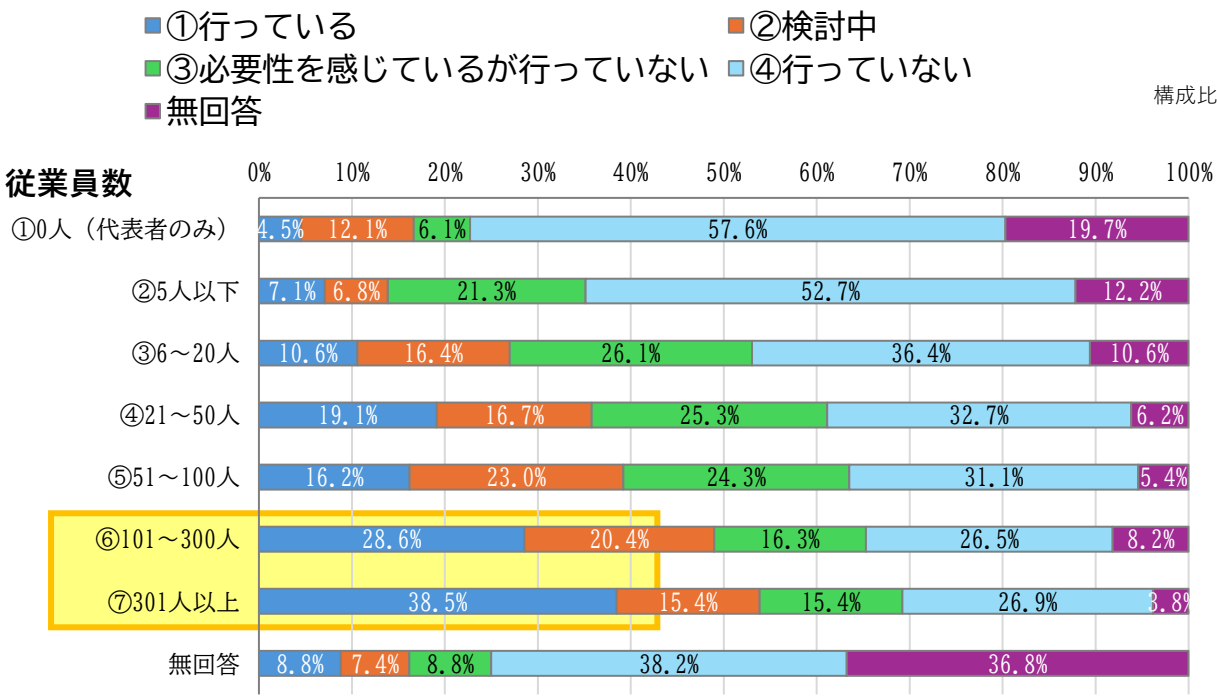
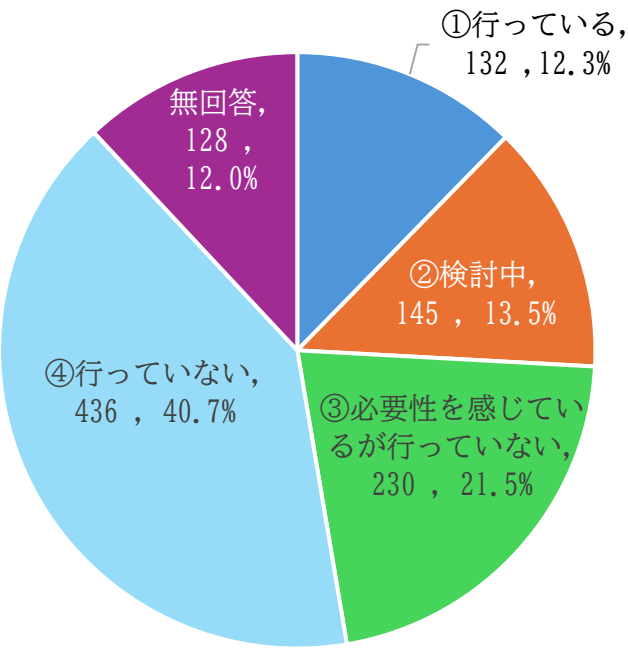
特別調査「カスハラ」

4. 会社でカスハラ対策を行っていますか

カスハラ対策を「①行っている」との回答は12.3%にとどまった。
従業員規模でみると、従業員数が多いほどカスハラ対策を行っている傾向がうかがえる。

カスハラ経験の有無でみた場合、「①ある」と回答した企業でもカスハラ対策を「①行っている」は25.3%にとどまった。

なお、業種別でみた場合、金融・保険業は69.0%が「①行っている」と回答し、突出して多かった。



特別調査「カスハラ」

5. (問4で「①行っている」、「②検討中」を回答いただいた方) どのような対策ですか【複数回答可】

カスハラ対策を「行っている」、「検討中」と回答した277社に対策の内容を聞いたところ、「①対応ルールやマニュアル整備」が44.8%、次いで「②従業員向けの研修」が37.9%であった。

