

令和6年度に賃上げを実施する事業者は54% 賃上げ率の平均は、2.7%程度

全国商工会連合会(所在地:東京都千代田区、会長:森義久)は、令和6年5月期において、中小・小規模事業者の賃金引上げの状況等について、商工会の経営指導員等による聞き取り調査を実施した。

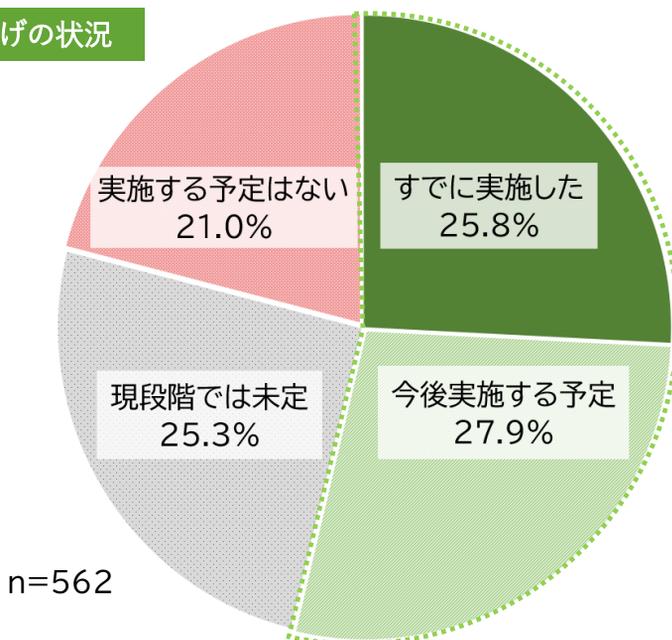
【調査サマリー】

- **令和6年度に賃金引上げを実施する事業者は54%。**
- 製造業（機械・金属）・建設などの業種が賃金引上げに積極的。
- **賃上げの実施に事業者間格差が生じており、事業規模・従業員規模・売上規模が大きい事業者ほど賃金引上げを実施している割合が高くなっている。**
- **賃上げ率の平均**は、2.7%程度と推定され、昨年度よりも上昇しているものの、経団連・日商調査に比べて低い。
- **賃金引上げの理由**は、「従業員の意欲向上」や「人材の確保・定着のため」など**従業員の処遇を重視したもの**となっている。
- **賃金引上げをしない理由**は、「物価上昇で人件費以外のコストが増加しているから」が圧倒的に多い。
- 価格転嫁が進んでいる事業者ほど賃上げを実施できている。
- 事業者からは「賃上げ環境を整えるための経済対策の実施」や「増加した人件費や社会保険料の補填」など、売上の増加や支出の減少につながる支援策の要望が多く寄せられている。

1. 令和6年度に賃金引上げを実施する事業者*は54%

*賃上げをすでに実施または、実施する予定の事業者数

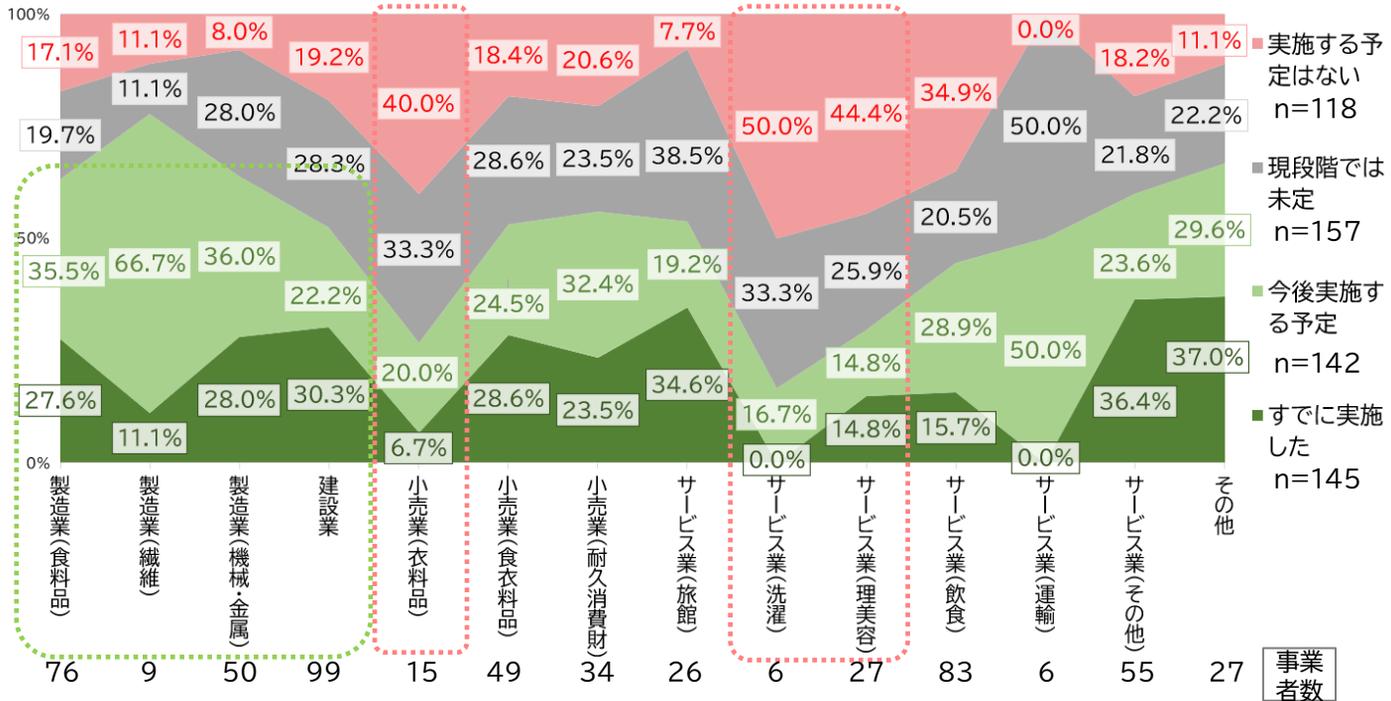
令和6年度の賃上げの状況



2. 賃上げに積極的な製造業、建設、サービス業（旅館、その他）

業種別の賃金引き上げの状況

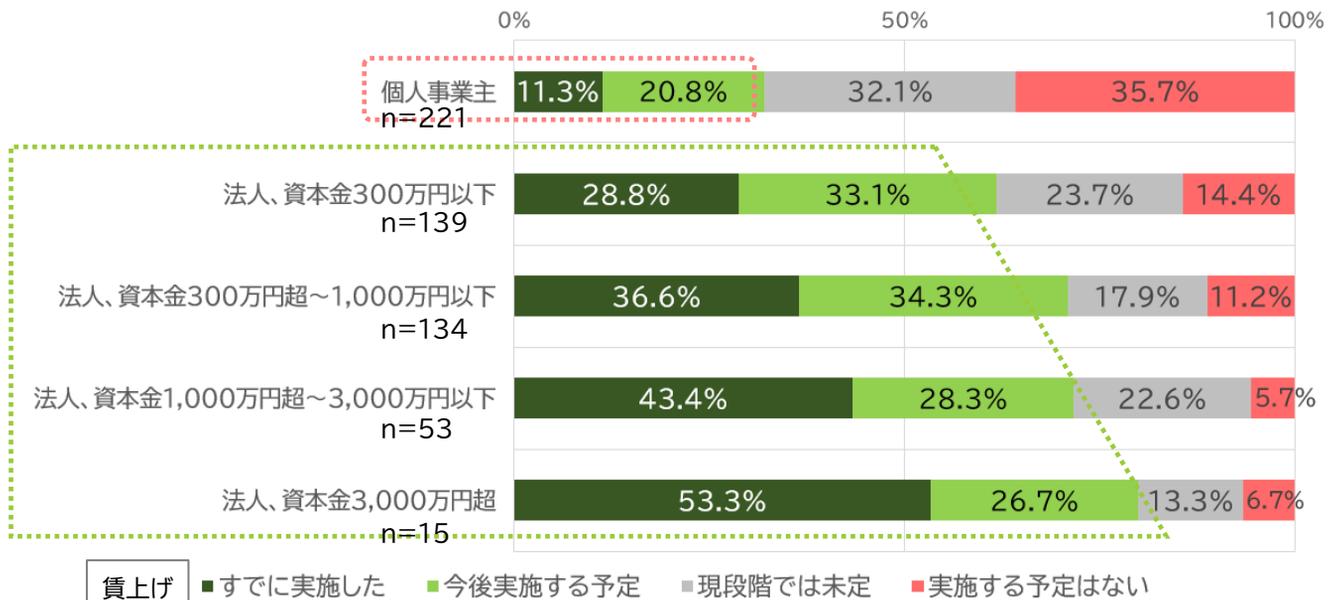
- 業種別では、製造、建設、サービス（旅館、その他）の賃上げ実施率の高さが目立つ。一方、小売(衣料品)、サービス(洗濯、理美容)は、賃上げ実施率が低い。



3. 事業規模で賃上げに格差

事業規模別の賃金引き上げの状況

- 賃上げの実施状況を事業規模に見ると、資本金300万円超～1,000万円以下で61.9%、それ以上の規模では約70%以上の事業者が賃上げを実施または予定している。
- 一方、個人事業主では、賃上げの実施及び予定は32.1%に留まっており、規模による格差が生じている。

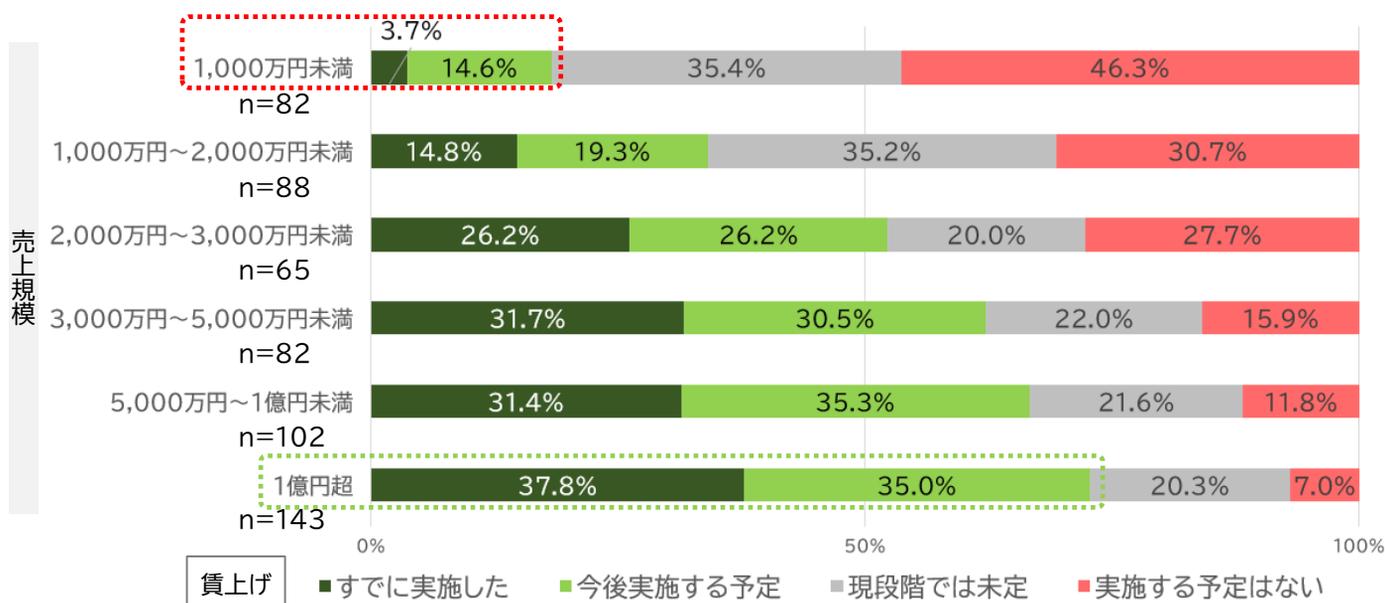


賃上げ ■すでに実施した ■今後実施する予定 ■現段階では未定 ■実施する予定はない

4. 売上1億円超は、72%超が賃上げを実施

売上規模別の賃金引き上げの状況

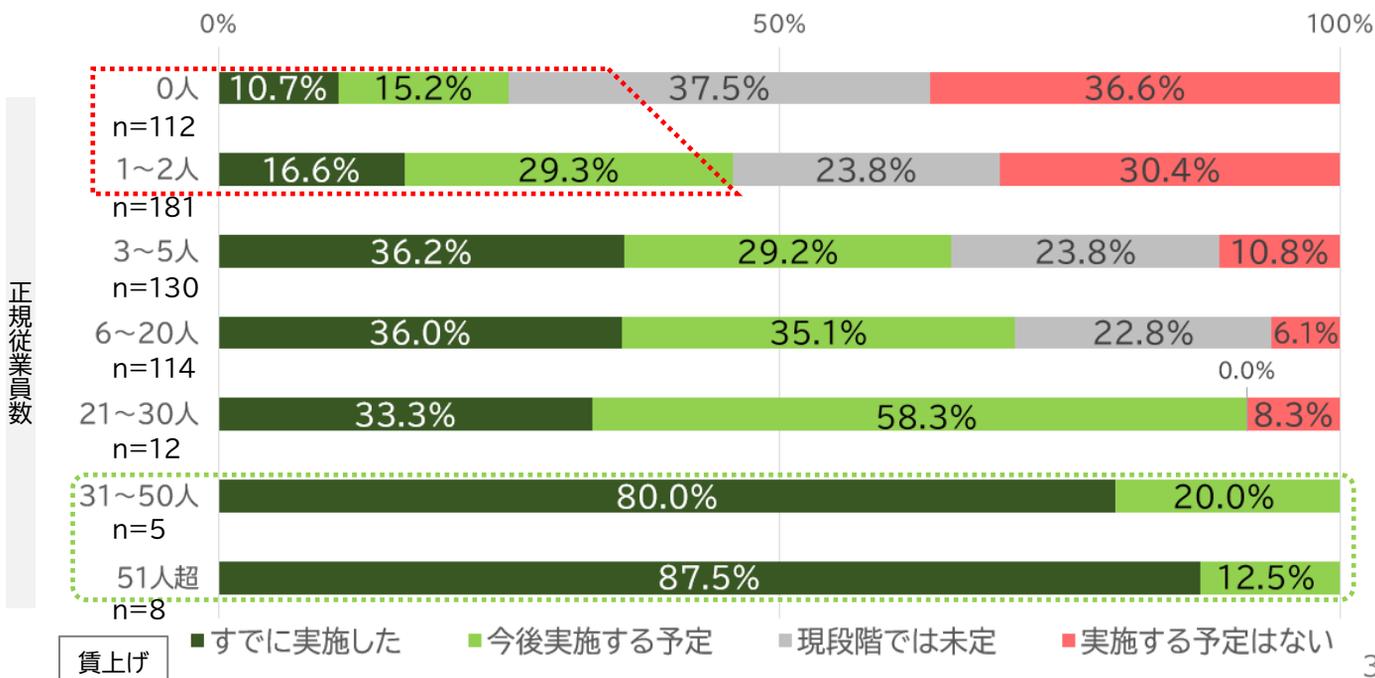
- 売上規模別の賃上げ実施状況は、売上1億円以上では72.8%が賃上げを実施または予定している。
- 一方、規模が小さくなるほど、賃上げを実施している割合は減少し、売上1千万円未満では18.3%となり、規模による格差が生じている。



5. 正規従業員31人超では、全ての企業が賃上げを実施または予定

正規従業員規模別の賃金引き上げの状況

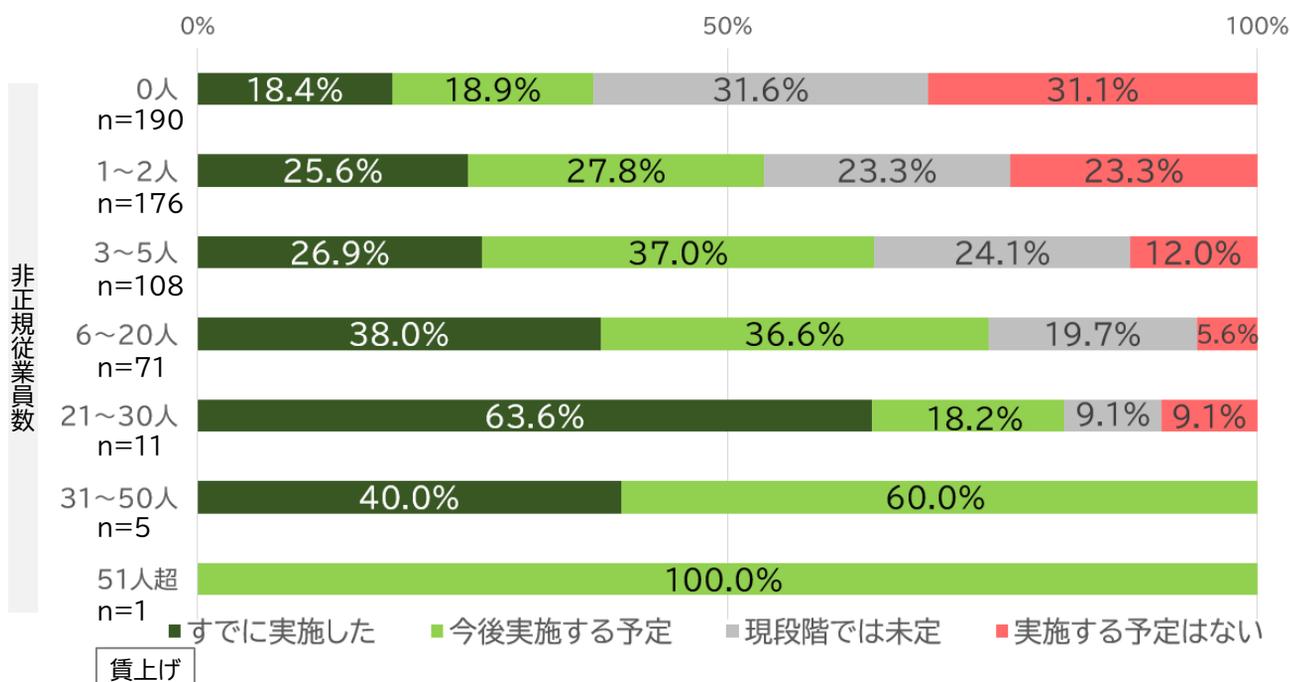
- 正規従業員数別の賃上げ実施状況は、正規従業員31人超では、全ての企業が賃上げをすでに実施または予定している。
- 一方、正規従業員2人以下では、賃上げ実施は50%以下に留まり、規模による格差が生じている。



6. パート31人超では、全ての企業が賃上げを実施または予定

非正規従業員規模別の賃金引き上げの状況

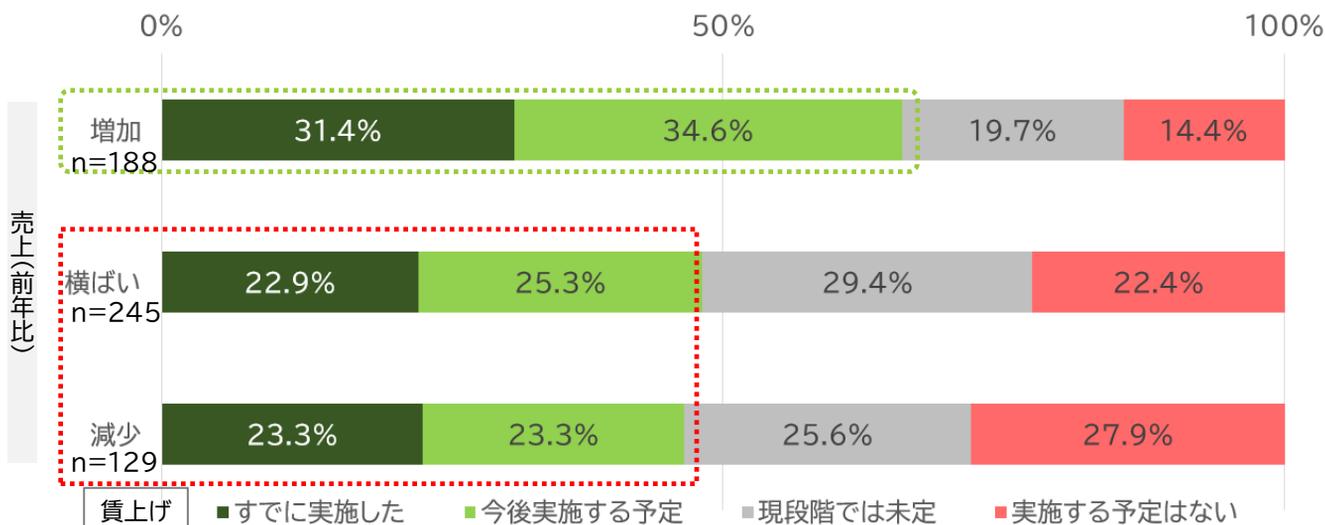
・賃上げの実施状況を正規従業員別に見ると、非正規従業員31人超では、全ての企業が、3～50人の層でも50～80%台の賃上げを実施または予定している。



7. 昨年より売上増加の事業者は賃上げ実施割合が高い

前年度比の売上別賃上げの状況

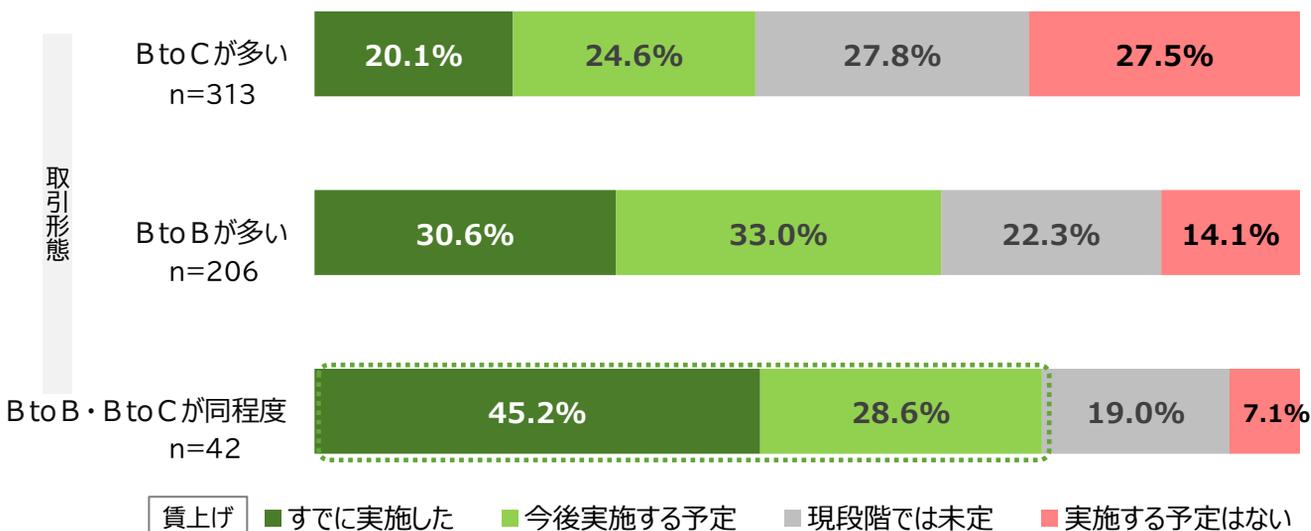
・賃上げの実施状況を対前年度比売上別に見ると、「売上増加」では、約65%が賃上げを実施または予定しているのに対して、「横ばい」・「減少」の事業者では、50%を割り込む状況となっており、売上が増加している方が賃上げを実施し易いことがうかがえる。



8. BtoB主体の方が賃上げ実施割合が高い

取引形態別の賃金引き上げの状況

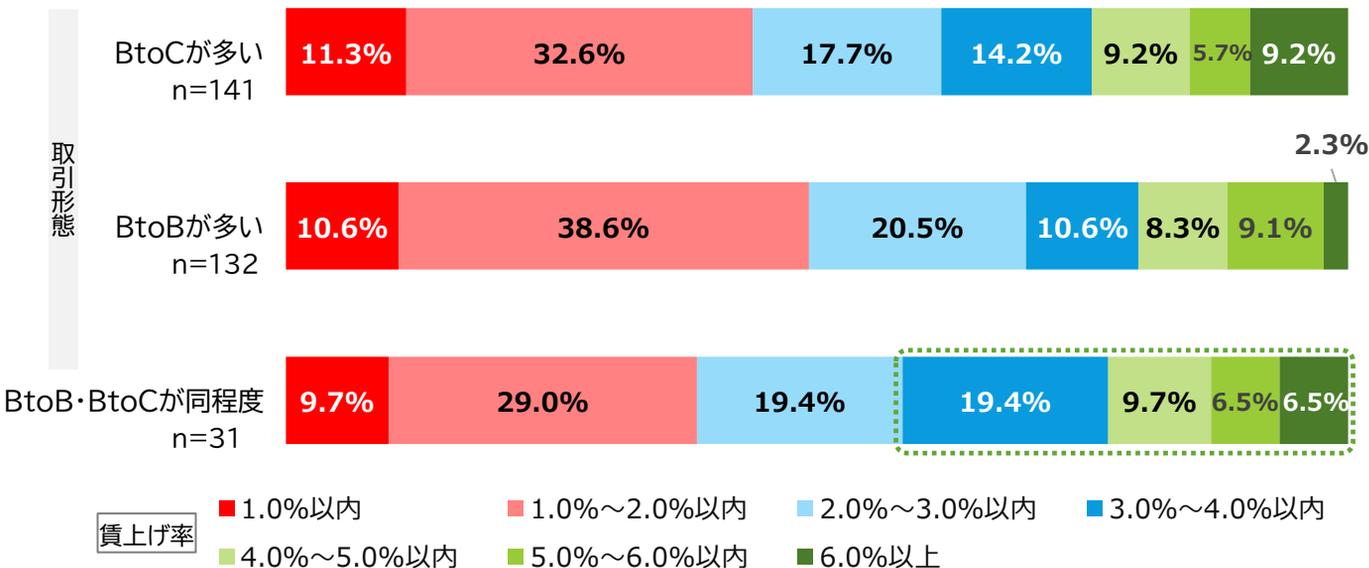
- ・賃上げの実施状況を取引形態別に見ると、最も賃上げ実施率が高いのは「BtoB・BtoCが同程度」で、73.8%であった。
- ・「BtoBが多い」・「BtoCが多い」の比較では、「BtoBが多い」が63.6%に対し、「BtoCが多い」が44.7%にとどまり、BtoB主体の方が賃上げ実施割合が高くなった。



9. BtoC主体の方が賃上げ率が高い

取引形態別の賃上げ率の状況

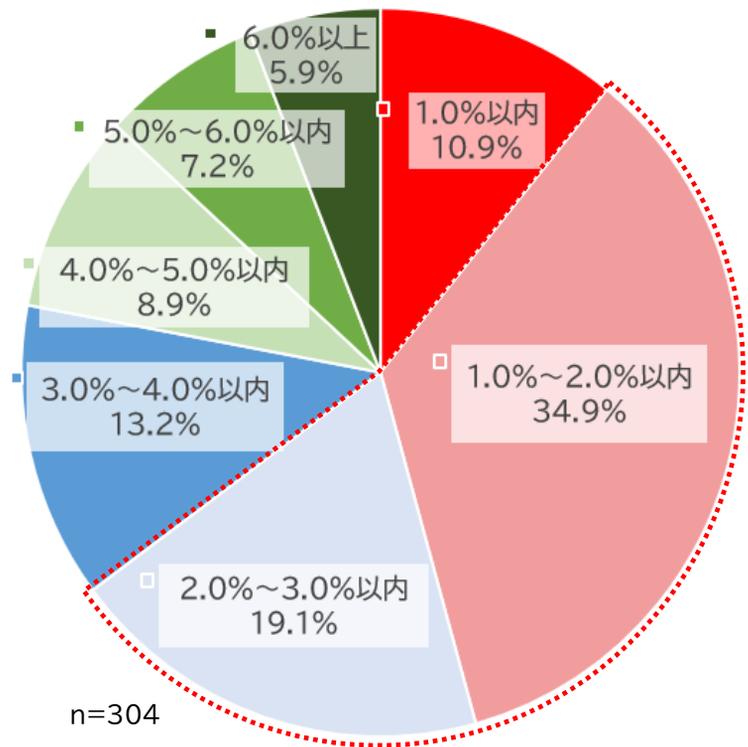
- ・賃上げ率を取引形態別に見ると、3%以上の賃上げの実施率が高いのは「BtoB・BtoCが同程度」で、41.9%であった。
- ・「BtoBが多い」・「BtoCが多い」の比較では、「BtoCが多い」が38.3%に対し、「BtoBが多い」が30.3%にとどまり、BtoC主体の方が賃上げ実施割合が高くなった。



10. 賃上げ率は二極化

令和6年度の賃上げ率

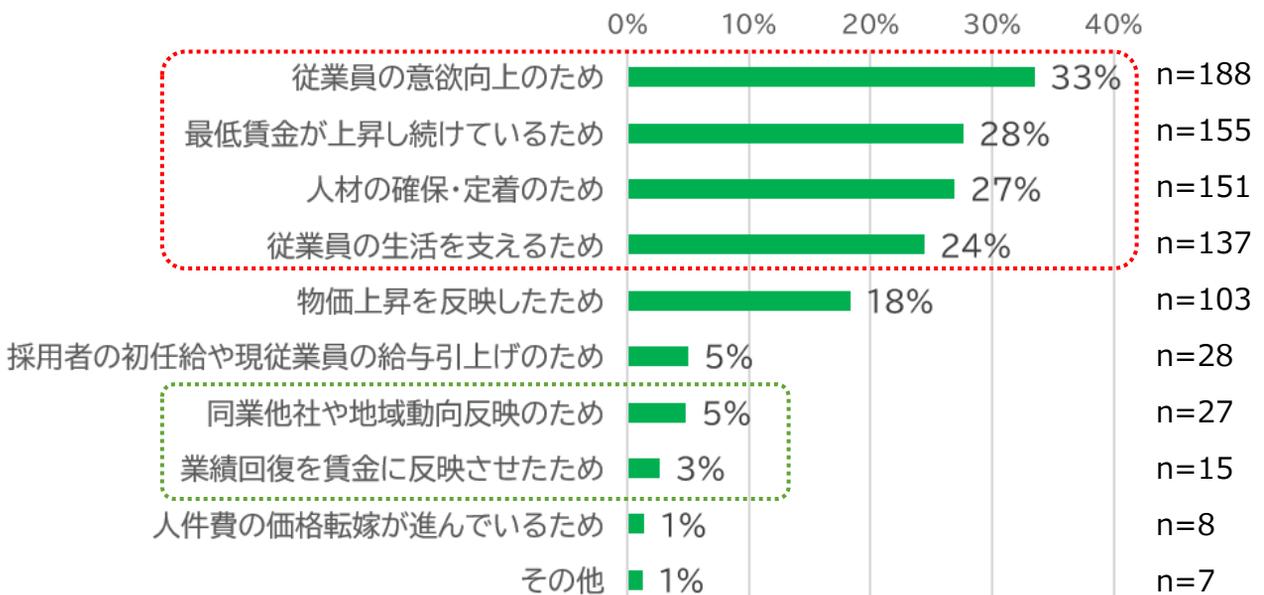
- 賃上げを実施した企業の賃上げ率は、「1.0%~2.0%以内」が35%と最も多く、「2.0%~3.0%以内」が次ぐ。
- 一方、3%以上の引上げを実施した企業も35%あり、賃上げした企業の中でも二極化が進んでいる。
- 平均の賃上げ率は2.7%程度と推計される。



11. 賃上げの理由は、業績よりも従業員の処遇重視

賃上げした理由

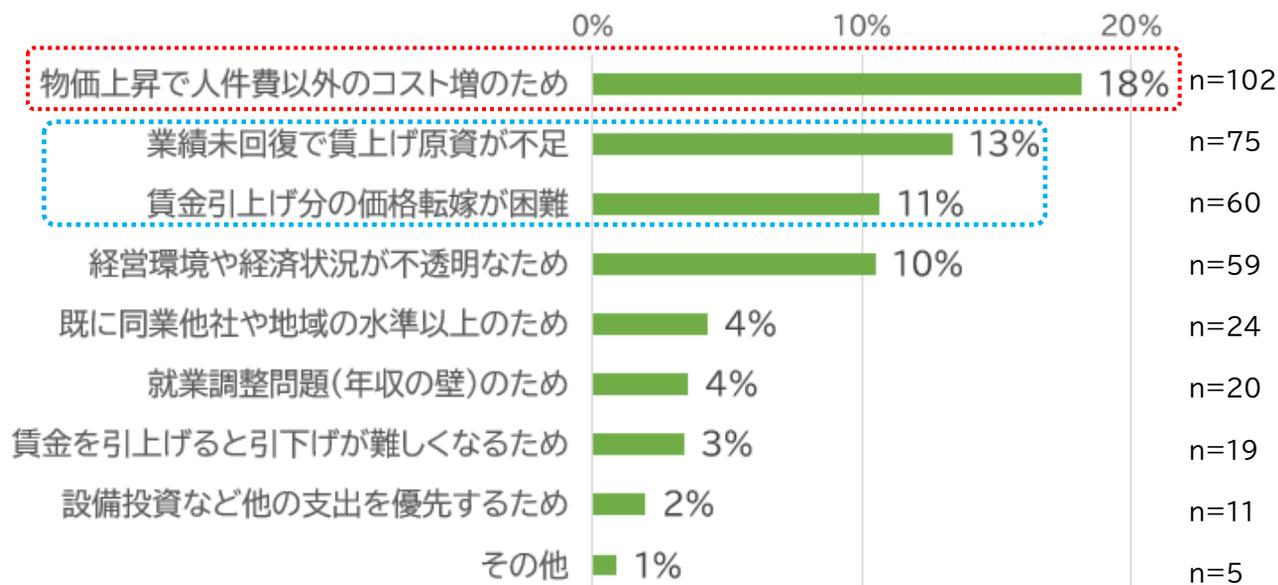
- 賃上げした理由は、「従業員の意欲向上のため」・「従業員の生活を支えるため」・「人材の確保・定着のため」が上位を占め、業績の反映よりも従業員の処遇を重視して賃上げを実施していることが分かる。
- 一方、「業績回復を賃金に反映させたため」・「人件費の価格転嫁が進んでいるため」の回答は非常に少なくなっており、経営的に余裕のない中での賃上げとなっていることがうかがえる。



12. 物価上昇によるコスト増が賃上げの阻害要因

賃金引上げしない理由

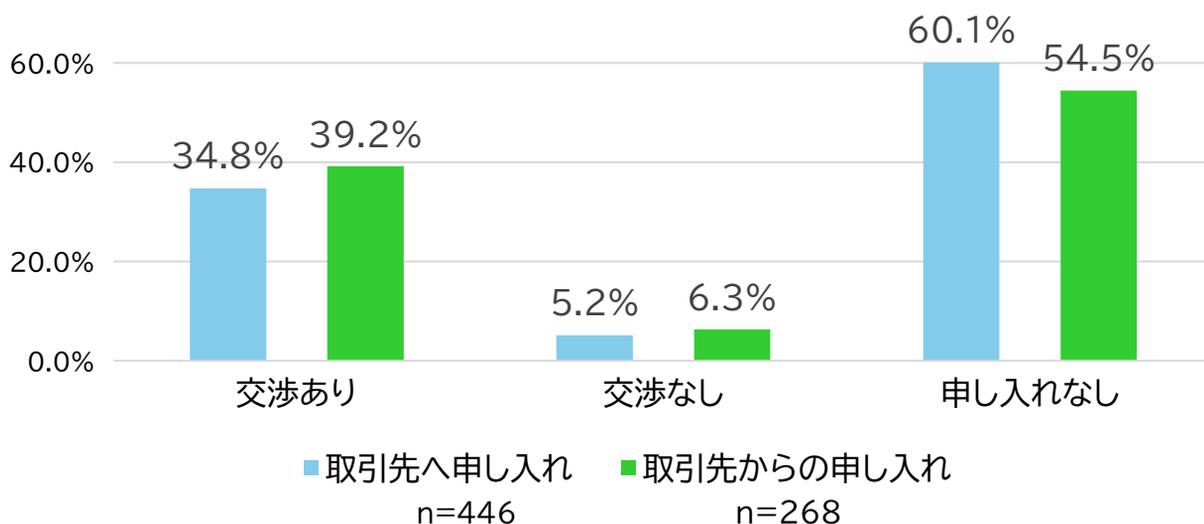
- ・賃上げしていない理由は、「物価上昇で人件費以外のコスト増のため」が圧倒的であり、コストの増加で人件費の引上げ余力が無い状況がうかがえる。
- ・また、「業績の回復」・「価格転嫁」・「経営環境・経済状況」など賃上げに必要な環境が整っていないことを理由にする回答も上位を占めた。



13. 6カ月以内の価格転嫁交渉は低調

直近6カ月間の価格転嫁交渉の状況

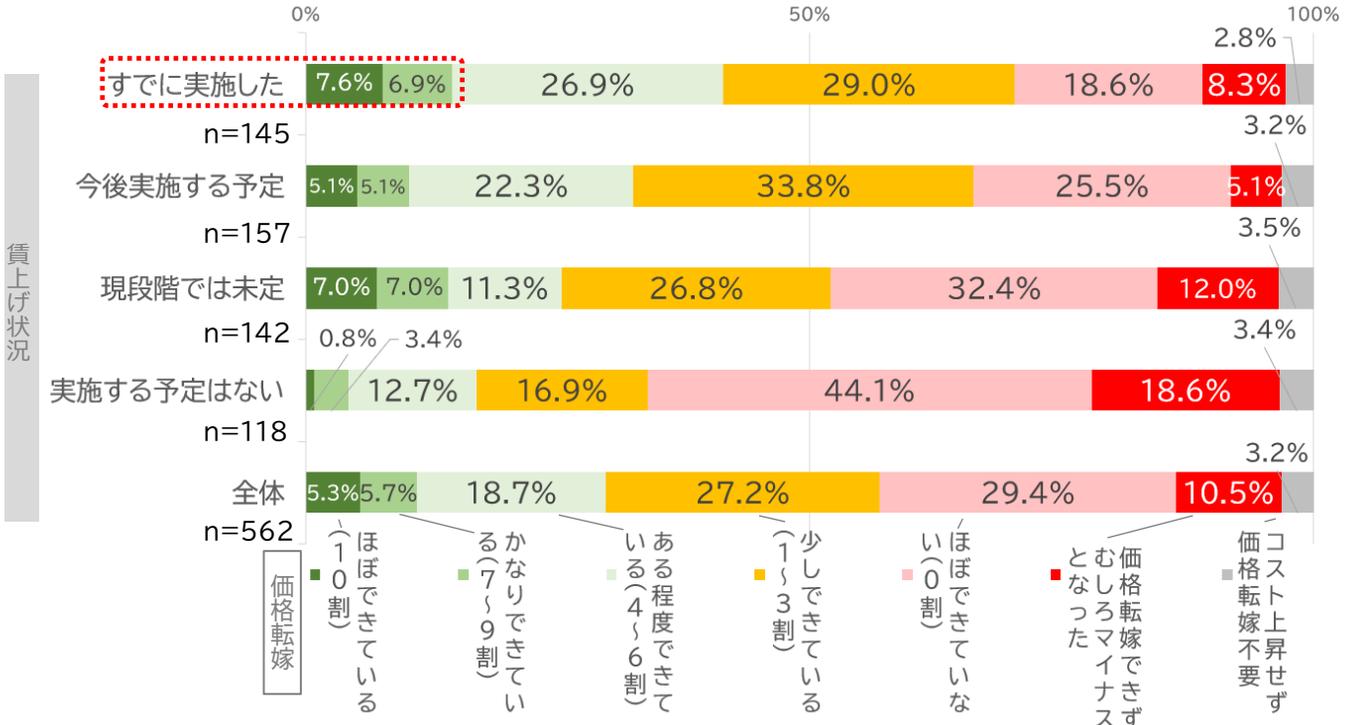
- ・直近6カ月間の価格転嫁交渉の状況は、「取引先への申し入れで交渉が行われた」が34.8%、「取引先からの申し入れで交渉が行われた」が39.2%と低調であった。
- ・取引先へ申し入れなし・取引先からの申し入れなしが、それぞれ、60.1%・54.5%であり、長引く物価高により、価格交渉が大きな負担となっている現状が伺える。



14. 原材料費上昇分を十分に価格転嫁できているのは14.5%

原材料費・仕入れ価格の上昇分の人件費の価格転嫁の状況

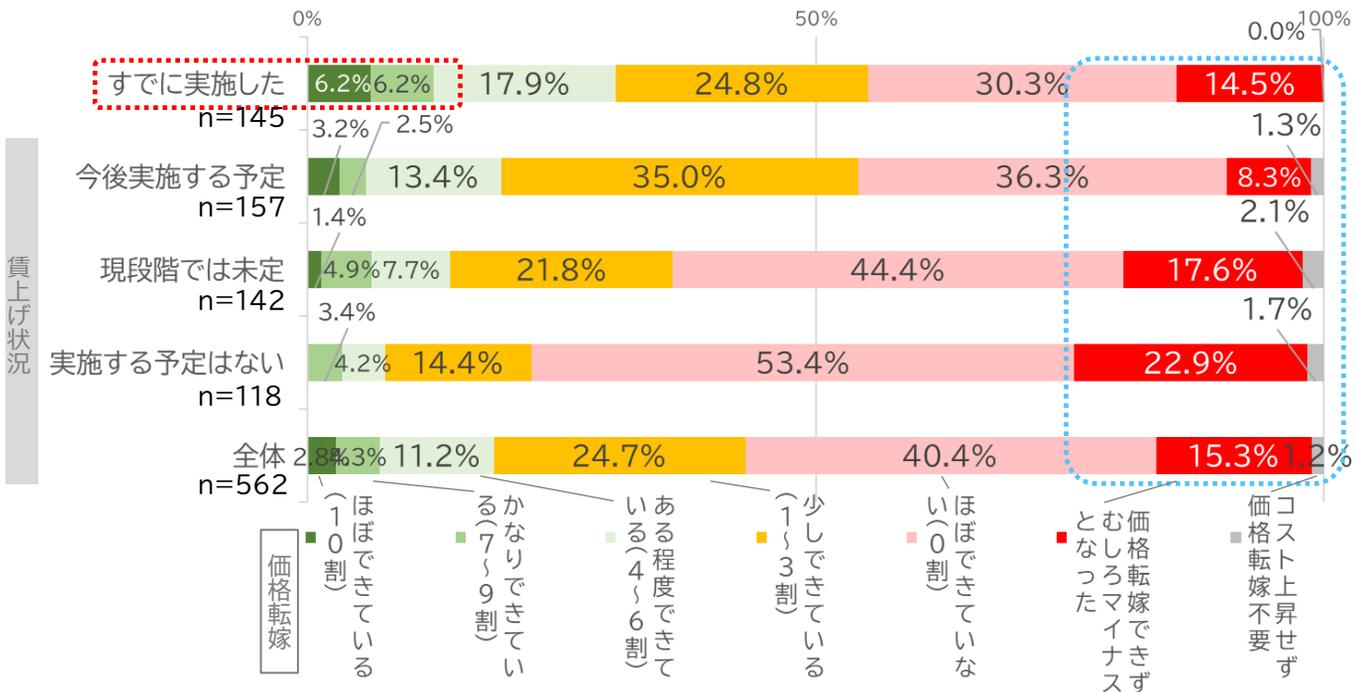
・賃上げを「すでに実施した」事業者であっても、**原材料費の大半(7割以上)**を転嫁できているのは**14.5%**に留まる。エネルギー価格、労務費と比較すると、わずかにポイントが高くなっている。



15. エネルギー価格上昇分を十分に価格転嫁できているのは12.4%

エネルギー価格 (ガソリン・電気代等) の上昇分の価格転嫁の状況

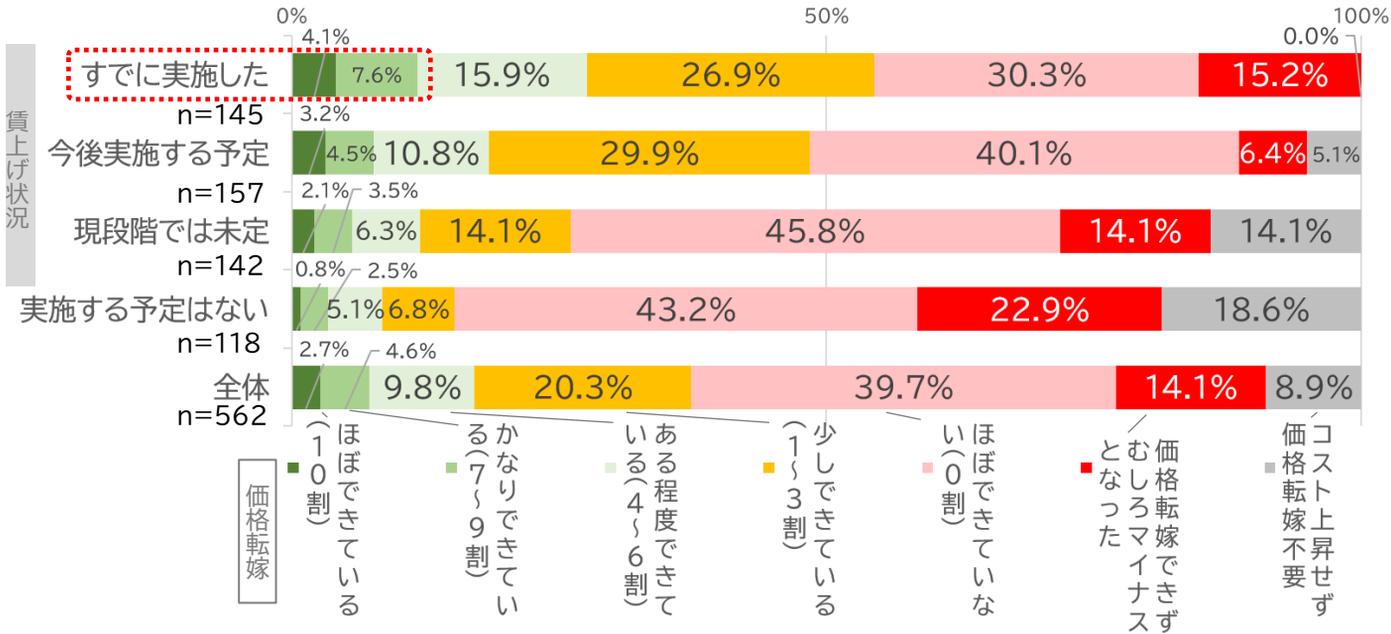
・賃上げを「すでに実施した」事業者であっても、**エネルギー価格の大半(7割以上)**を転嫁できているのは**12.4%**に留まり、9割近くの事業者が自社負担を行っていることがうかがえる。



16. 労務費上昇分の価格転嫁が最も停滞

労務費（人件費・社会保険料等）の上昇分の価格転嫁の状況

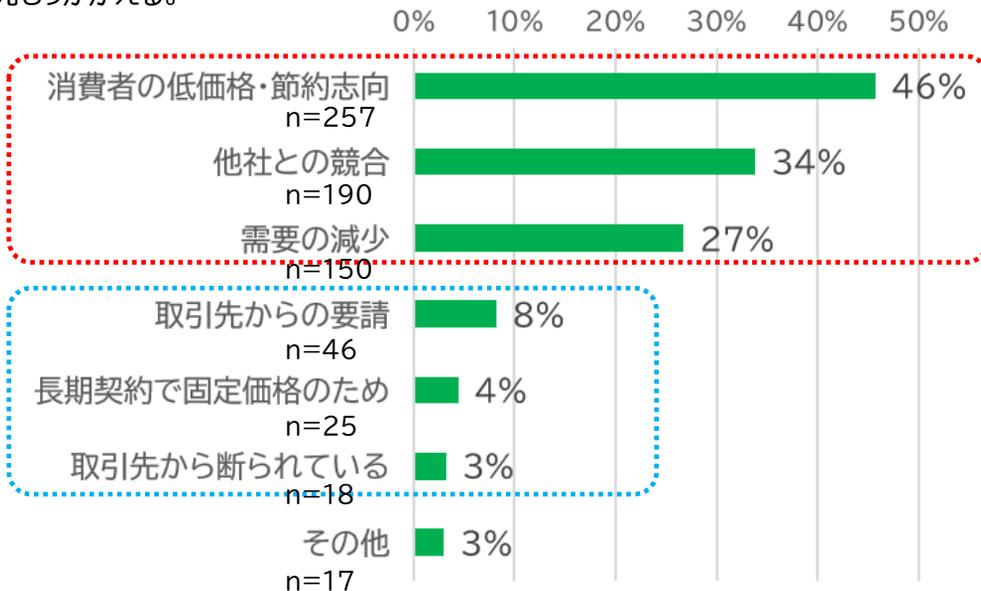
賃上げを「すでに実施した」事業者であっても、**労務費の大半(7割以上)**を転嫁できているのは1割程に留まり、価格転嫁が最も難しく、事業者は厳しい経営環境の中で賃上げを決断していることがうかがえる。



17. 価格転嫁を阻む要因は消費者の理解と他社との競合

価格転嫁を阻む要因

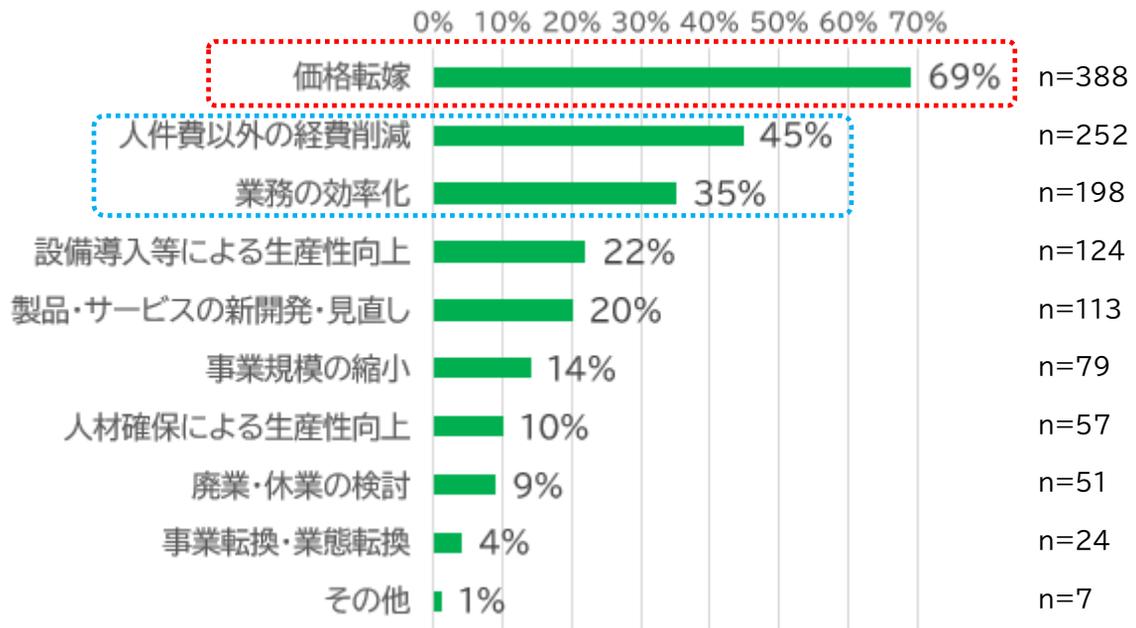
- ・価格転嫁ができない理由を見ると、「消費者の低価格・節約志向」・「他社との競合」・「需要の減少」の3つが主要な要因として挙げられており、消費者の理解が得られないことや事業者間競争が価格転嫁を阻む要因となっている。
- ・一方、「取引先からの要請」・「長期契約で価格を固定しているため」・「取引先から断られている」という事業者間取引の部分は少数になっており、事業者間取引では一定程度価格転嫁が進んでいる状況もうかがえる。



18. 賃金引き上げの対策は「価格転嫁」「経費節減」「収益力向上」

賃金引き上げのための対応策

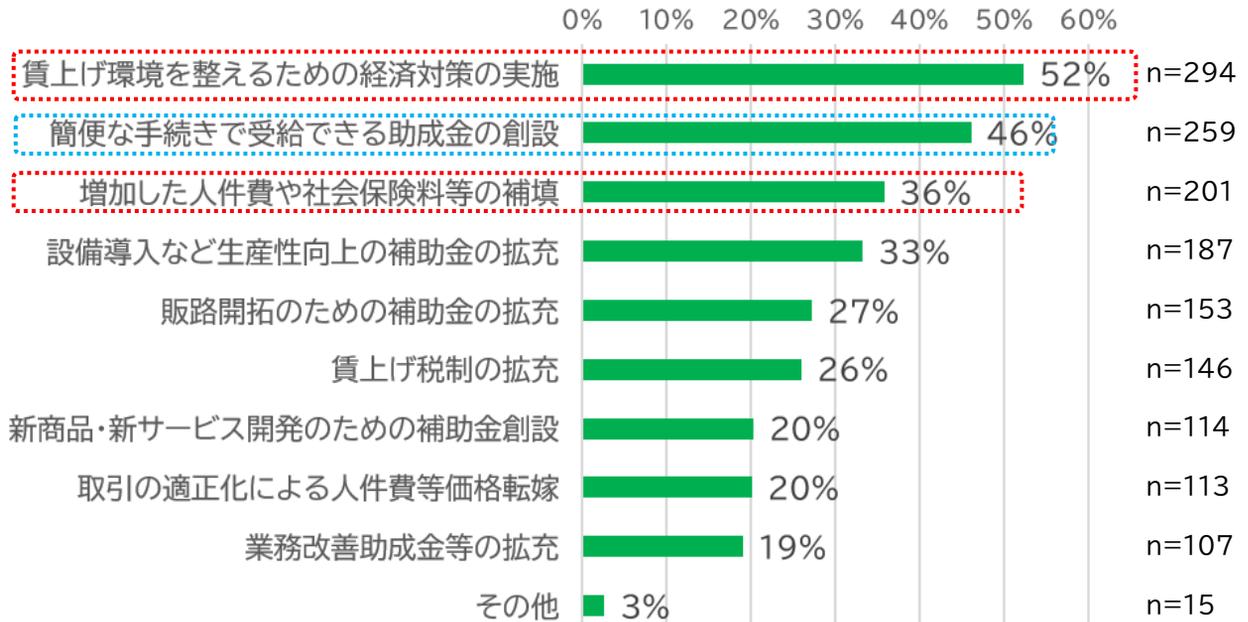
- ・賃金引き上げへの対応策を見ると、価格転嫁の取り組みを進めるが最も多い。
- ・次いで、人件費以外の経費の削減と業務効率改善による収益力向上が続く。



19. 売上の増加や支出の低減のための支援が必要

賃金引き上げに必要な支援策

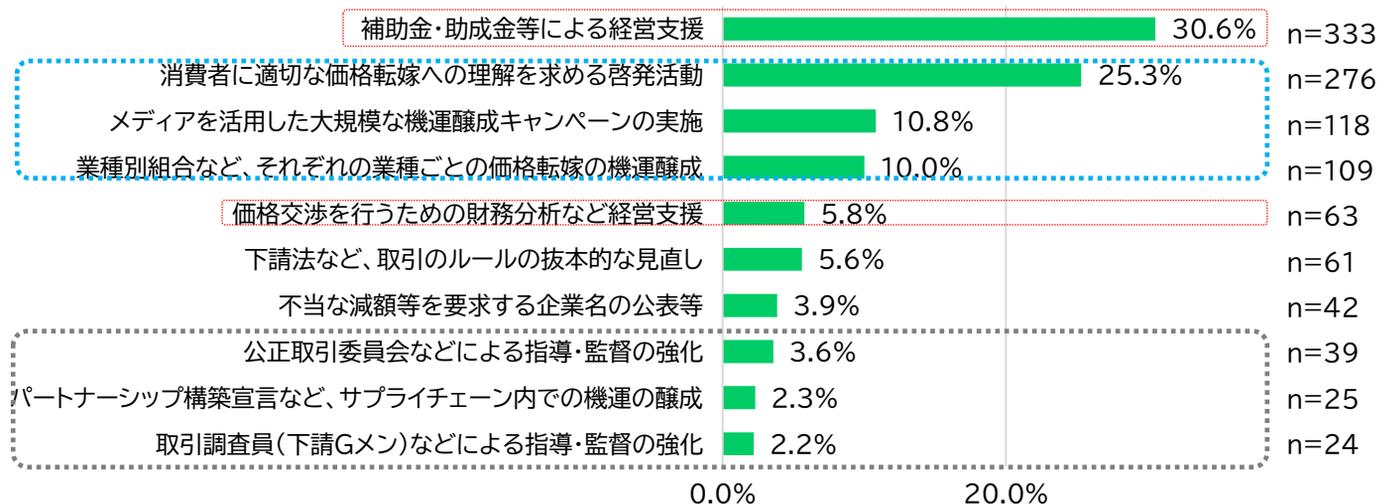
- ・賃上げに必要な支援策を見ると、「賃上げ環境を整えるための経済対策の実施」や「増加した人件費や社会保険料の補填」など、売上の増加や支出の減少につながる支援策の要望が多くなっている。
- ・助成金等の支援策では、「簡便な手続きで受給できる助成金の創設」が最も多く、現状の「業務改善助成金」申請のハードルが高いことがうかがえる。



20. 価格転嫁のためには経営支援と消費者の理解促進が必要

価格転嫁を進めるための支援策

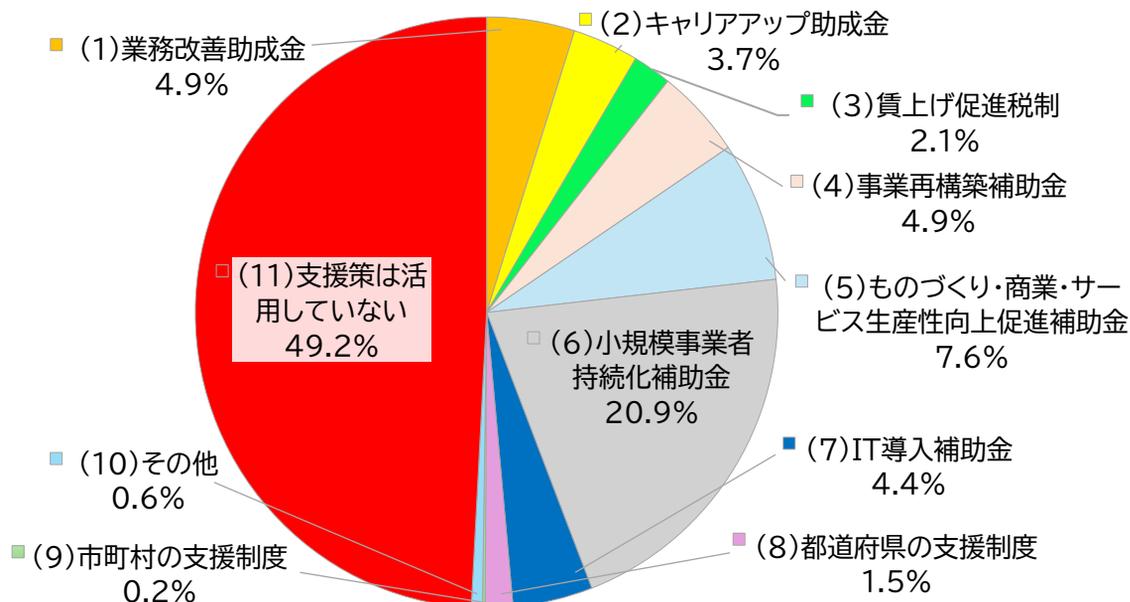
- ・価格転嫁を進めていくための支援策として、「補助金・助成金等による経営支援」が30.6%・「価格交渉を行うための財務分析など経営支援」が5.8%と、価格転嫁ができる企業の体質をつくるための支援を求める意見が多い
- ・また、「消費者に適切な価格転嫁の理解を求める啓発活動」が25.3%など、価格転嫁の機運を高める取り組みが合計46.5%を占め、消費者の理解が重要であるとの声が多い。
- ・指導・監督の強化等従来の価格転嫁対策を求める声は少なかった。



21. 約半数が賃上げのための支援策を活用できていない。

賃金引上げのための支援策

- ・賃上げのための支援策の活用状況について、「支援策は活用していない」が49%と約半数を占め、支援策を活用できていない状況が浮き彫りになった。
- ・活用している支援策では、「小規模事業者持続化補助金」が21%、「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」が8%と、直接的な賃上げ支援策よりも、売上拡大や生産性向上の支援策が目立つ。



n=655

22. 事業者の声

地域	業種	コメント
秋田	サービス業 (その他)	賃上げにかかる補助や助成が必要、 価格転嫁に対して消費者の意識づけ を促してほしい
宮城	製造業(機械・金属)	立場が弱い下請けにとって、価格交渉は大変難しく、賃上げ分を価格に転嫁できていない。高付加価値製品を作り交渉力を高めたいが、コロナ禍・物価高騰により体力が無く、助成金や補助金があっても、設備投資や技術開発が難しい。もう少し 最低賃金の引き上げを緩やかに するとともに、価格転嫁をし易くしてほしい。
福島	製造業(食品)	食品製造卸売業の為、元々利幅の少ない業種であり、賃上げをするのは厳しい。最低賃金の引上げにより更なる厳しい経営を強いられることが想定される。 助成金等の対策 を強化して頂きたい。
福島	サービス業 (その他)	新型コロナの5類引き下げから1年が経過し、前年対比で 売上は回復傾向だが、物価上昇に追いつかず 、利益が圧迫される状況が継続している。10月の最低賃金の改正を見据え、数パターンの上昇額を想定して財務シミュレーションも行っているが、現状のままでは賃上げは難しい状況にある。賃上げをして消費を促進していく事が必要なのは解るが、現状では上げようにも上げられない状況にある。 助成金等の施策 でカバーできる部分については支援してほしい。
東京	その他	小さい会社では人手が足りず、賃上げ検討、実行について時間を取るのが困難です。 補助金、助成金 は大変ありがたいが、申請、報告にかなりの時間がかかり、本業に支障があり活用を諦めることもあるため、 手続を簡易的 にしていただけたらと思います。
新潟	製造業(機械・金属)	最低賃金の改定が3%と決定したら現状の 取引単価を同様に上げる ように行政指導してほしい。
岐阜	製造業(機械・金属)	法人税率が低いと人件費削減や設備投資抑制をした分だけ利益が残るので、企業は人件費や設備投資を抑制する。法人税率が高いと利益を出し税金で持って行かれる位なら、人材確保や従業員の意欲向上の観点から賃上げを実施したり、スキルアップの研修費用を捻出・増加させたり、生産性向上の為の投資を経営者は考えるようになる。また、賃上げを実施した企業が減税を手厚く受けたり、 生産性向上の為の設備投資に対する補助金 を支給したりする産業振興施策も、併せて必要。
静岡	小売業(衣料品)	都会の大企業ばかりを基準とした賃上げは、地方の小さな市町村の小規模事業者にとって非常に大きな負担で、今後の経営にマイナス以外の影響はありません。全国一律ではなく、 事業者の規模や地域に応じた政策 を強く希望します。
愛知	製造業(機械・金属)	ニュースや情報番組では、物価高が消費に与える悪影響が強調されている感がある。メディアを上手に活用して、 価格転嫁と賃上げを両立する環境づくり を強力に進めてほしい。
兵庫	建設業	国際的な情勢を考えると、賃金の上昇なくして生き残っていくことは難しい。後、それを乗り越えるだけの サービス、製品の向上、そして業務プロセスの改善 しかない。政府への要望もさることながら、 企業の努力がより一層重要 。
岡山	小売業(食衣料品)	物価上昇に伴い賃上げが必要なことは理解できるが、企業努力では対応できない。特に人口1万人に満たない中山間地域においては、高齢化率が上昇し 地域内での購買力が減少 していることから売上が減少し原材料・エネルギー価格高騰による利益圧迫が続いており、賃上げの原資をねん出することは非常に難しい。
岡山	サービス業(旅館)	消費者を相手に商売しているためプロモーションなどかけたいが、 持続化補助金は小規模事業者でないと申請できない ため、自費で実施する必要がある。色々な価格上昇もあり、自費でプロモーションを図る余力もなく悪い状況が続いている。
佐賀	サービス業(旅館)	最低賃金だけを上げるのではなく、企業が賃上げを行い易くするため、 賃上げを行った企業に税制優遇措置を拡充 して下さい。特に中小企業が賃上げを行う際の負担軽減のため税控除や補助金の拡充を希望します。
佐賀	サービス業(飲食)	飲食サービスは価格に転嫁するしか道がないので、 値上がり を消費者が納得できる 空気感 があるかどうか大事。一時的な支援ではその場しのぎで、根本的な改革が必要なのではと思う。
熊本	その他	末端価格の上昇がないと賃上げなど対応は厳しい。売上が上がっても利益が上がらないと難しいため。 取引先などの協力も必要 。
鹿児島	製造業(機械・金属)	社会保険の扶養範囲の見直し が必要な時期に来ていると考える。社会保険の扶養範囲内で働く人は、時給増加は喜ばしい。しかし、労働時間が減るため会社への負担が増してしまう。

調査概要

- ・調査方法：商工会職員によるヒアリング調査
- ・調査対象：全国の商工会員(中小企業・小規模事業者)
- ・調査時期：2024年(令和6年)5月24日～6月14日

・有効回答数：562事業者

*グラフ中の数字は小数第一位または第二位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合や同じ%でも見え方が異なる場合がある。また本調査の値(n)は、回答数合計ではなく回答者数としている。

回答事業者の属性

