

IV 特別調査

【調査項目】

今回は、前回に引き続き「新型コロナウイルス感染症の影響」、経年項目である「SDGsの認知・取組状況」のほか、「円安が経営に与える影響」について調査を実施した。

【調査結果概要】

1 新型コロナウイルス感染症の影響について

- 新型コロナウイルス感染症の経営への影響について、「マイナスの影響が続いている」の回答割合が53.5%で、前回調査（令和4年4～6月期）から0.3ポイント減少した。
- 「影響はあったが、既にコロナ前の水準に回復」の回答割合は11.5%で、前回調査から0.1ポイント減少した。
- 「マイナスの影響が続いている」と回答した上位3業種は以下のとおりで、製造業は前回調査から変わらなかった。

【製造業】

「繊維工業」（75.7%）
「印刷業」（66.0%）
「食料品製造」（61.5%）

【非製造業】

「飲食店」（78.0%）
「卸売・小売業」（56.4%）
「運輸業」（52.5%）

2 SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）の認知・取組状況について

- SDGsの認知度は89.1%で、前回調査（令和3年7～9月期）から7.9ポイント増加した。「SDGsについて既に取り組んでいる」の回答割合は14.5%で、前回調査から6.6ポイント増加した。
- SDGsに取り組むに当たっての課題は、「具体的な目標の策定や評価が分からない」（33.5%）が最も多く、次いで「社内の認知度・理解度がまだ低い」（33.1%）、「資金的余裕がない」（28.6%）の順となった。
- SDGsに取り組む上で期待する支援は、「補助金等財務面での支援」（36.4%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（29.7%）、「セミナー等の開催」（15.0%）の順となった。

3 円安が経営に与える影響について

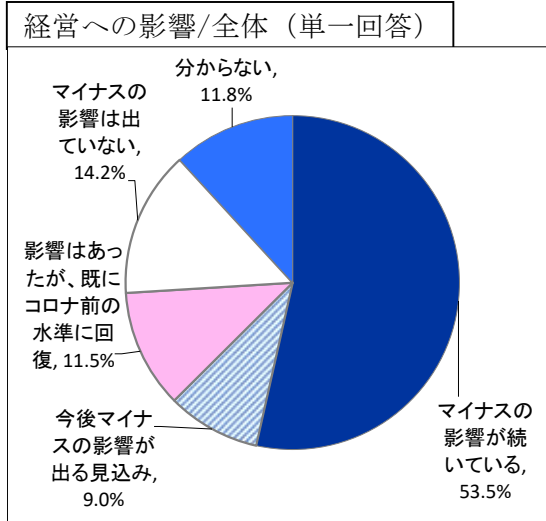
- 「悪い影響がある」（55.4%）が最も多く、次いで「影響はない」（18.0%）、「良い影響、悪い影響両方ある」（11.8%）、「良い影響がある」（0.9%）の順となった。
- 悪い影響の内容は、「仕入れ価格（原材料、製品等）の上昇」（89.2%）が最も多く、次いで「燃料費や電気料金の増加」（70.7%）、「売上減少」（24.2%）の順となった。
- 円安傾向が続いた場合の対策は、「コスト上昇分を販売（製品）価格に転嫁」（73.8%）が最も多く、次いで「固定費の削減」（42.3%）、「仕入れ先の変更・分散」（25.1%）の順となった。

特別調査事項

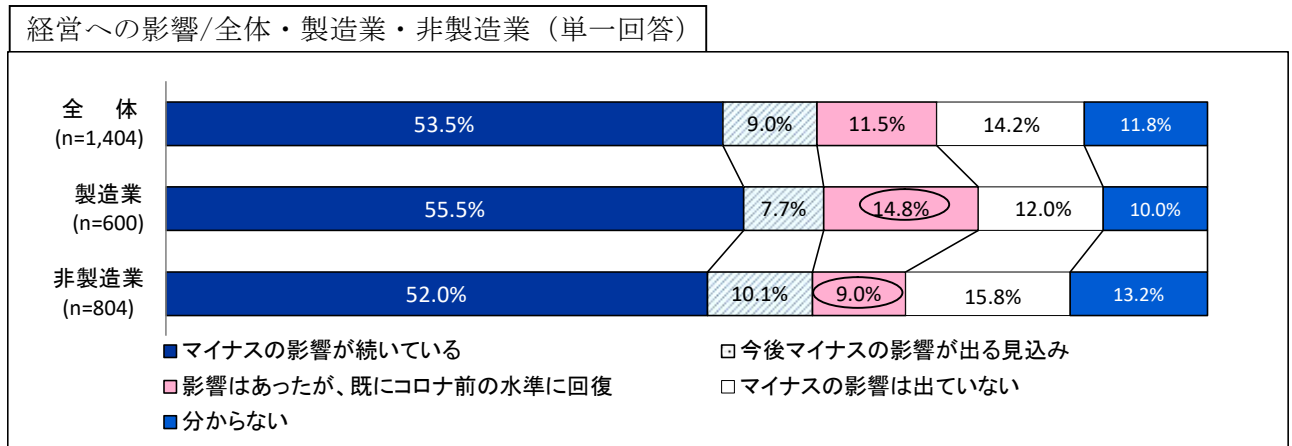
1 新型コロナウイルス感染症の影響について

(1) 感染症の経営への影響（回答数1,404社・単一回答）

- 感染症の経営への影響について聞いたところ、全体では「マイナスの影響が続いている」（53.5%）が最も多く、「今後マイナスの影響が出る見込み」（9.0%）と合わせると、62.5%となった。

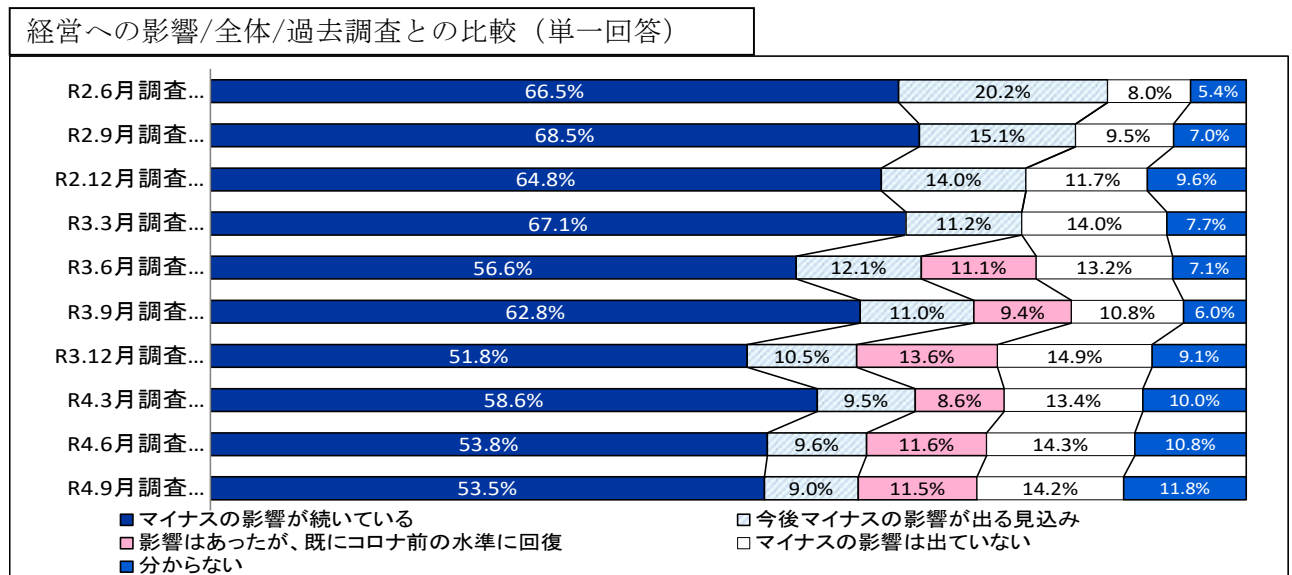


- 業種別にみると、「影響はあったが、既にコロナ前の水準に回復」と回答した割合は、製造業では14.8%、非製造業では9.0%であった。

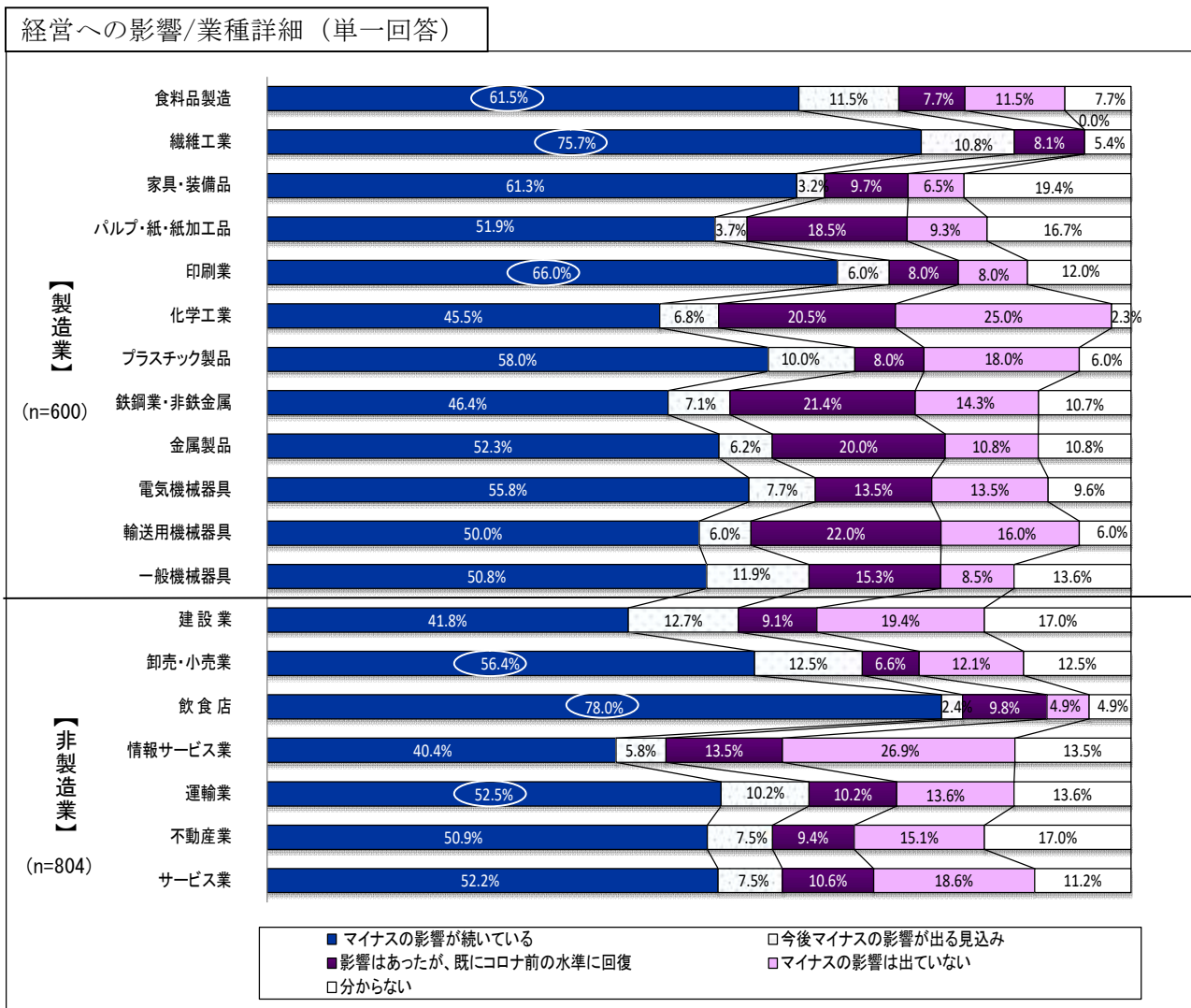


【参考】過去調査との比較（※令和3年6月調査から回答項目を追加）

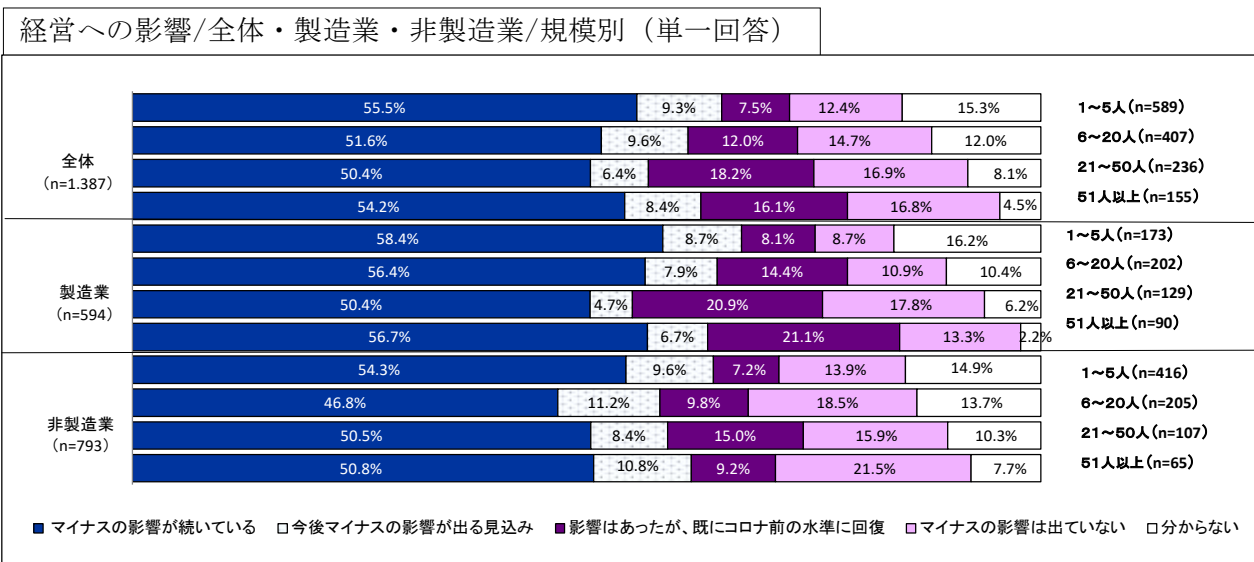
- 前回調査（令和4年4～6月期）と比較すると、「マイナスの影響が続いている」と「今後マイナスの影響が出る見込み」を合わせた回答割合は、0.8ポイント減少した。



- 経営への影響について、「マイナスの影響が続いている」と回答した企業の業種をみると、製造業では「繊維工業」（75.7%）、「印刷業」（66.0%）、「食料品製造」（61.5%）で回答割合が高く、非製造業では「飲食店」（78.0%）、「卸売・小売業」（56.4%）、「運輸業」（52.5%）で回答割合が高かった。
- 製造業で「マイナスの影響が続いている」の回答割合の高い上位3業種は、前回調査と変わらなかった。



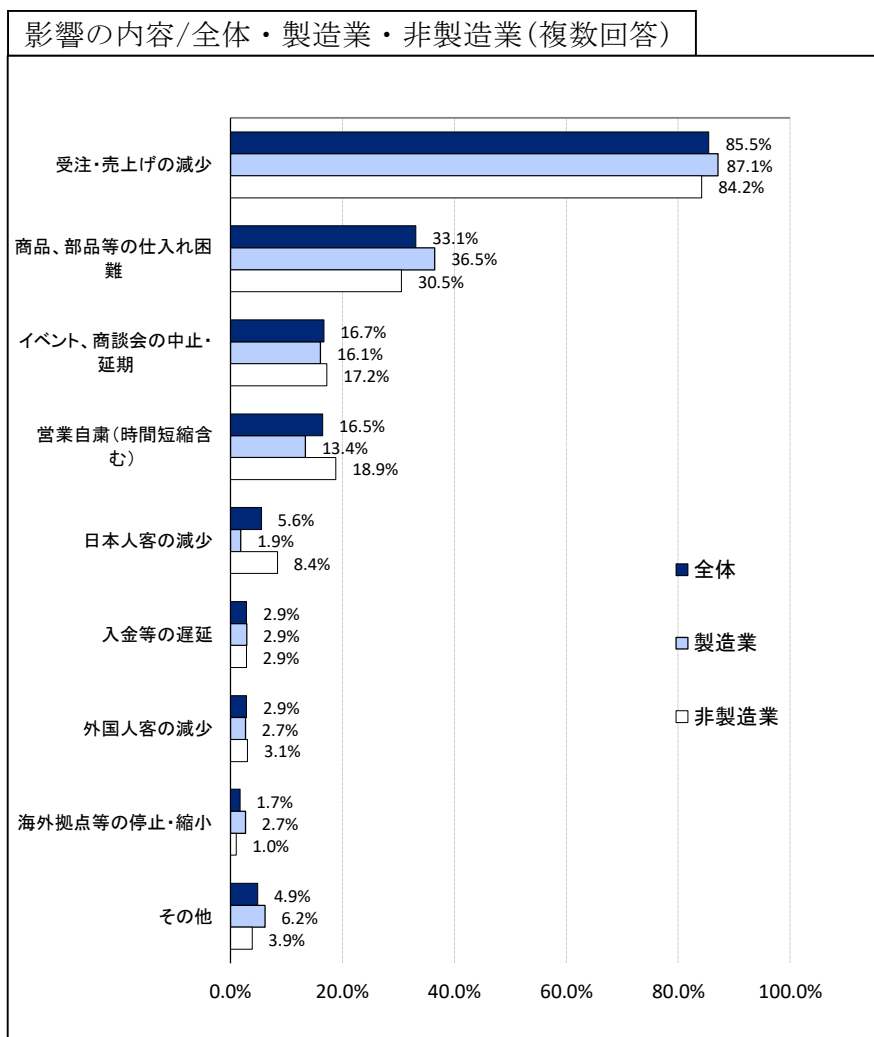
- 「影響はあったが、既にコロナ前の水準に回復」と回答した企業を規模別にみると、製造業、非製造業ともに50人規模までは規模が大きくなるほど回答割合が増加する傾向がみられた。



(2) 経営への影響の内容(見込み含む) (回答数：861社・複数回答)

※ (1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した878社のうち861社の回答割合

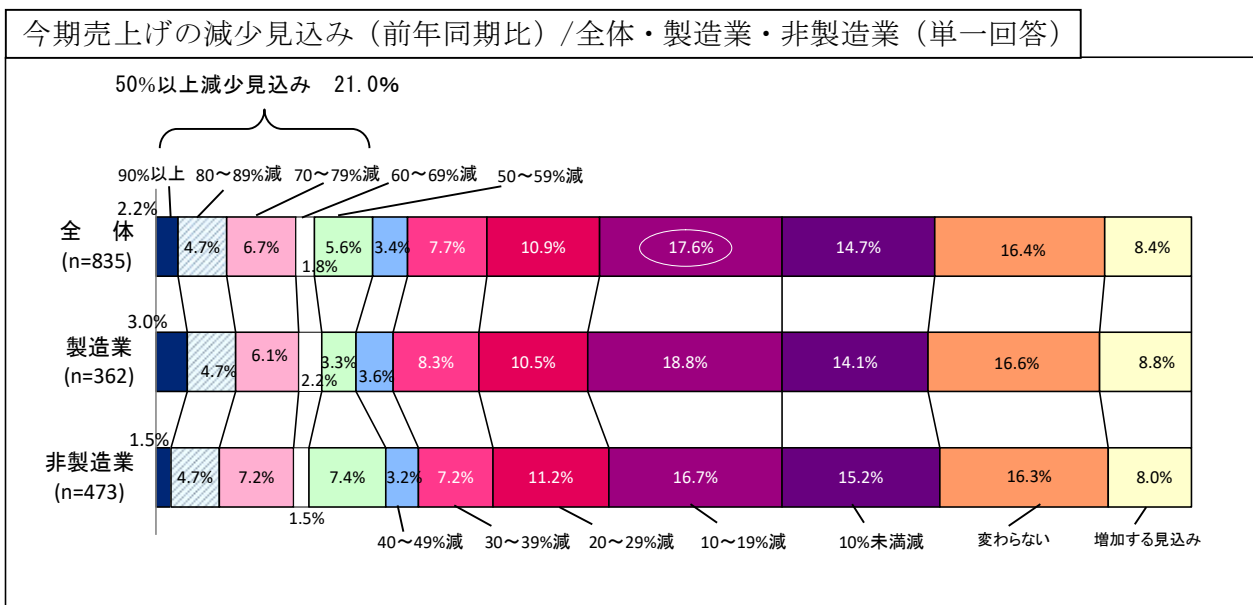
○ (1)で経営への影響について「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業に、感染症の影響の内容(見込み含む)について聞いたところ、全体では「受注・売上の減少」(85.5%)が最も多く、次いで「商品、部品等の仕入れ困難」(33.1%)、「イベント、商談会の中止・延期」(16.7%)、「営業自粛(時間短縮含む)」(16.5%)の順となった。



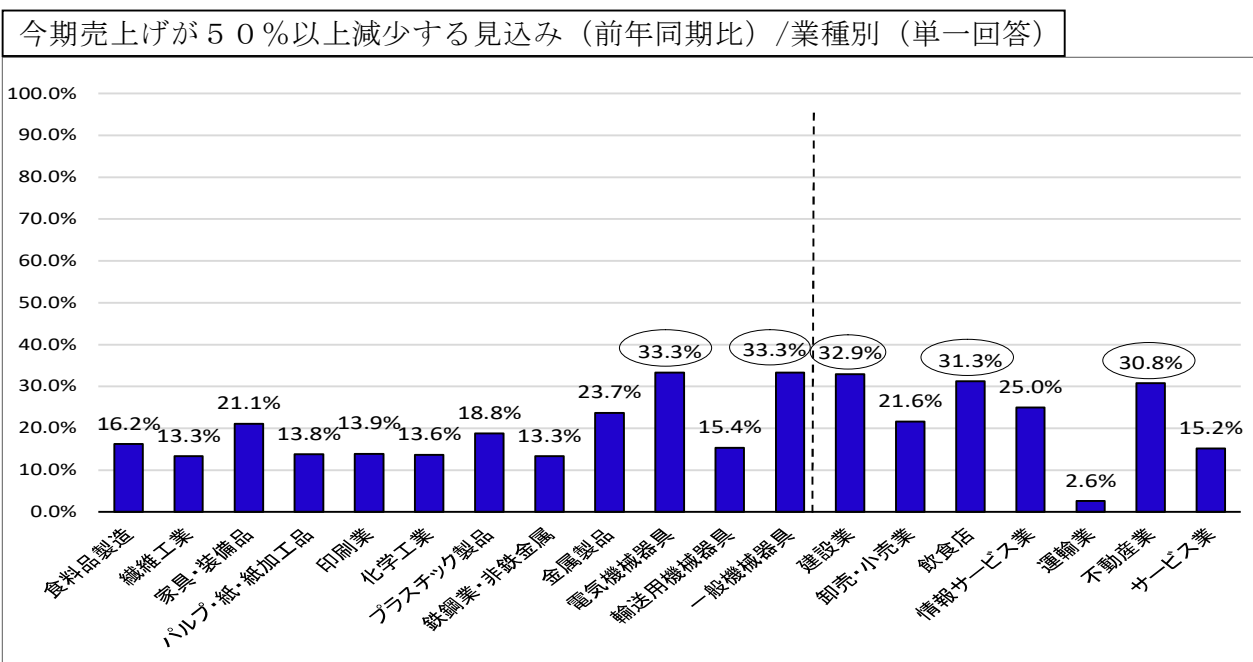
(3) 今期7～9月期の売上げ減少見込み(前年同期比)(回答数: 835社・単一回答)

※ (1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した878社のうち835社の回答割合

- (1)で経営への影響について「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業に、今期(7～9月期)の売上げは前年同期(令和3年7～9月期)と比べてどのくらい減少する見込みか聞いたところ、全体では「10～19%減」(17.6%)の回答割合が最も高かった。
- 50%以上売上げが減少する見込みと回答した企業の割合は、全体では21.0%(前回調査比▲0.7ポイント)であった。
- 業種別では、製造業(19.3%)よりも非製造業(22.2%)で、50%以上売上げが減少する見込みと回答した企業の割合が高かった。



- 今期7～9月期の売上げが前年同期と比べて50%以上減少する見込みと回答した業種をみると、製造業では「電気機械器具」(33.3%)、「一般機械器具」(33.3%)で回答割合が高く、非製造業では「建設業」(32.9%)、「飲食店」(31.3%)、「不動産業」(30.8%)で回答割合が高かった。

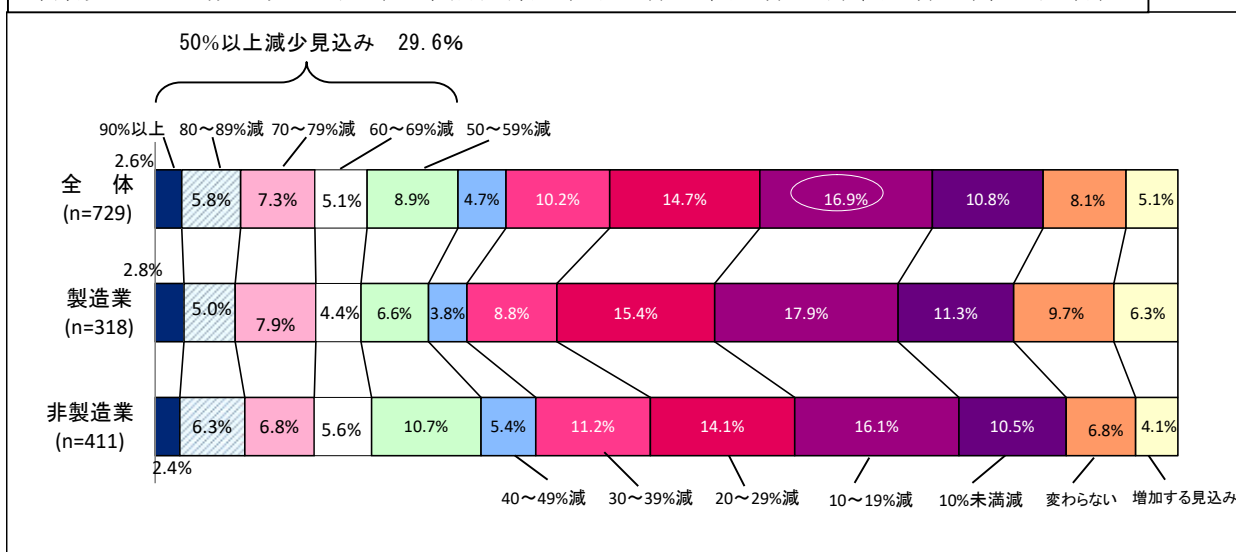


(4) 今期7～9月期の売上げ減少見込み(3年前同期比)(回答数：729社・単一回答)

※ (1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した878社のうち729社の回答割合

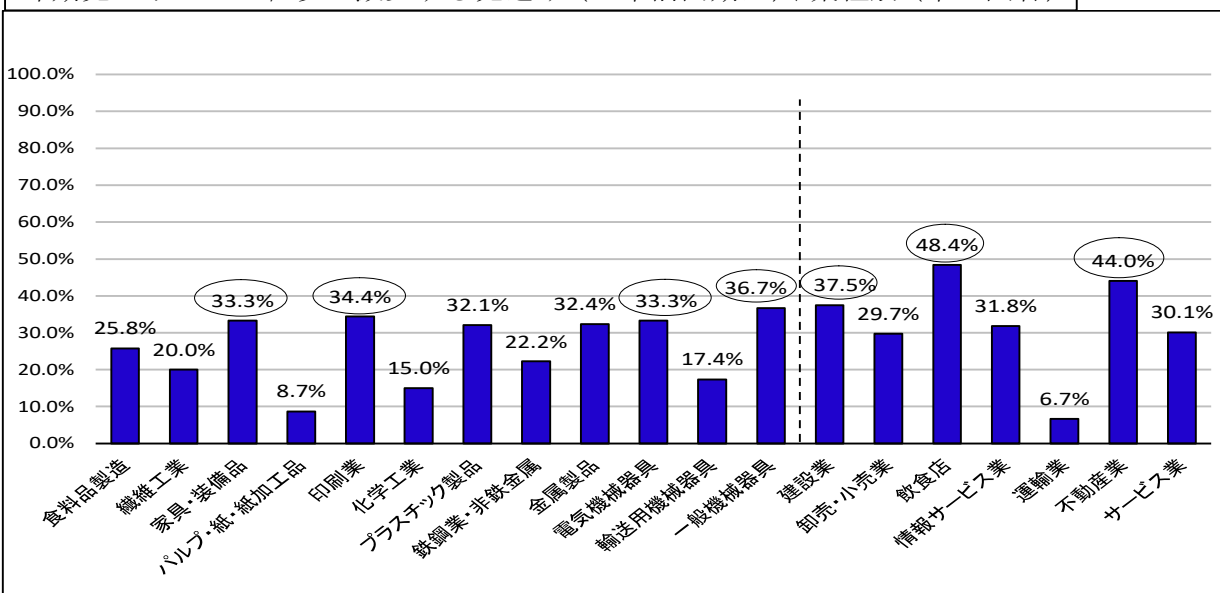
- (1)で経営への影響について「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業に、今期(7～9月期)の売上げは3年前同期(令和元年7～9月期)と比べてどのくらい減少する見込みか聞いたところ、全体では「10～19%減」(16.9%)の回答割合が最も高かった。
- 50%以上売上げが減少する見込みと回答した企業の割合は、全体では29.6%(前回調査比▲0.8ポイント)であった。
- 業種別では、製造業(26.7%)よりも非製造業(31.9%)で、50%以上売上げが減少する見込みと回答した企業の割合が高かった。

今期売上げの減少見込み(3年前同期比)/全体・製造業・非製造業(単一回答)



- 今期7～9月期の売上げが3年前同期と比べて50%以上減少する見込みと回答した業種をみると、製造業では「一般機械器具」(36.7%)、「印刷業」(34.4%)、「家具・装備品」(33.3%)、「電気機械器具」(33.3%)で回答割合が高く、非製造業では、「飲食店」(48.4%)、「不動産業」(44.0%)、「建設業」(37.5%)で回答割合が高かった。

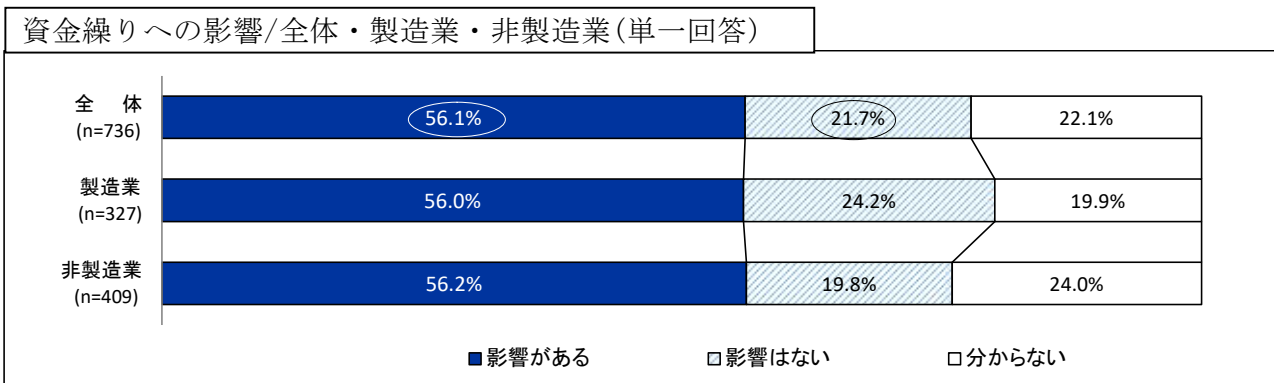
今期売上げが50%以上減少する見込み(3年前同期比)/業種別(単一回答)



(5) 来期10～12月期の資金繰りへの影響（回答数：736社・単一回答）

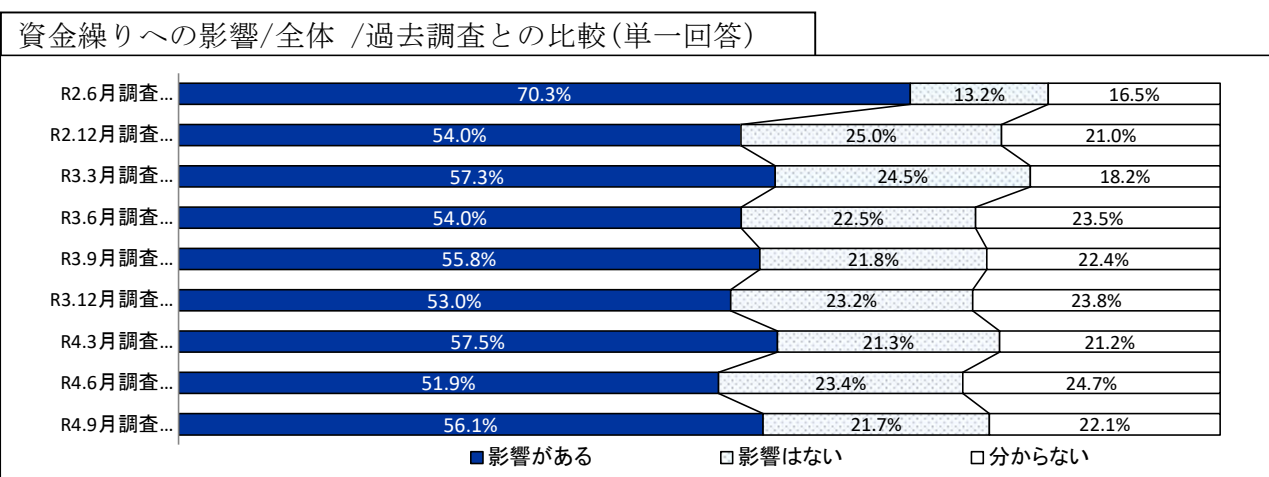
※ (1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した878社のうち736社の回答割合

○ (1)で経営への影響について「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業に、現在の状況が続いた場合に来期(10～12月期)の資金繰りへの影響について聞いたところ、全体では「影響がある」が56.1%、「影響はない」は21.7%であった。

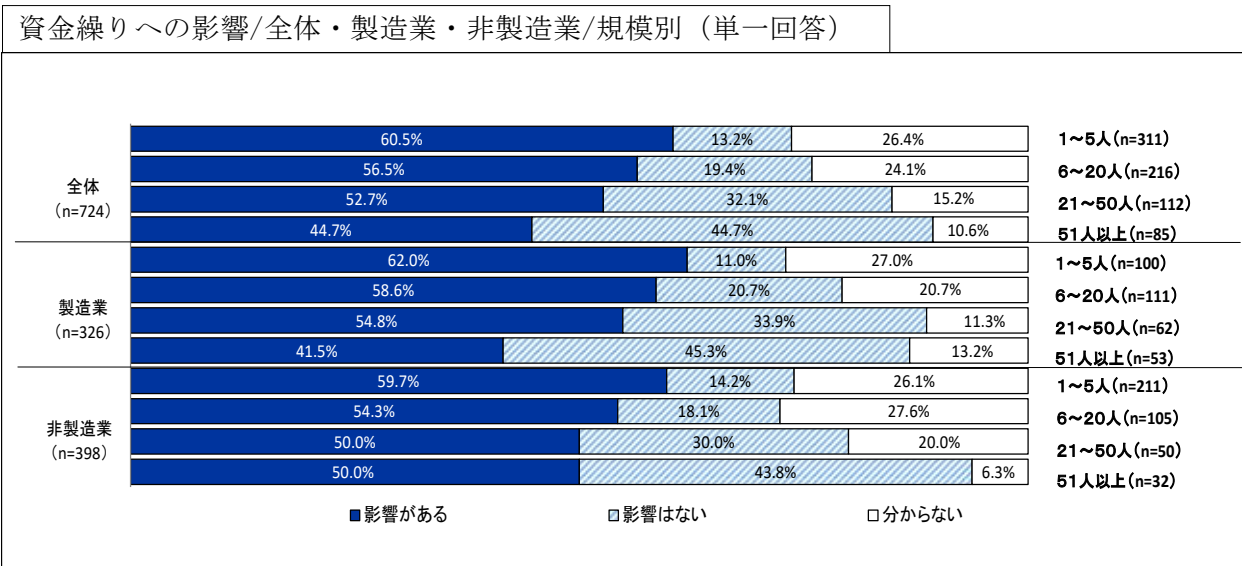


【参考】過去調査との比較

○ 前回調査(令和4年4～6月期)と比較すると、「影響がある」と回答した割合は4.2ポイント増加した。一方で、「影響はない」の回答割合は1.7ポイント減少した。

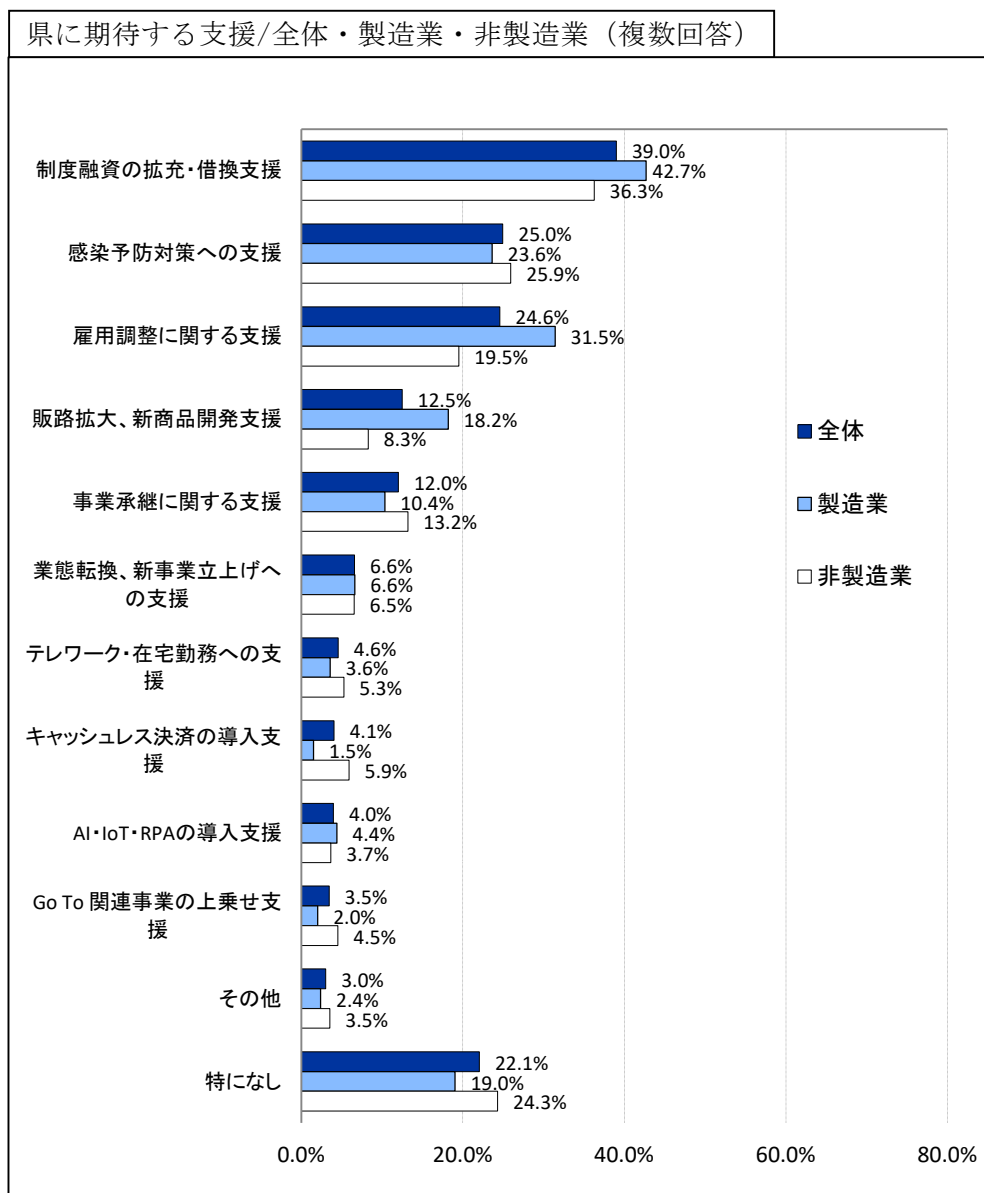


○ 規模別にみると、全体では、規模が大きくなるほど、「影響がある」の回答割合が低くなる傾向が見られた。



(6) 県に期待する支援（回答数：1, 382社・複数回答）

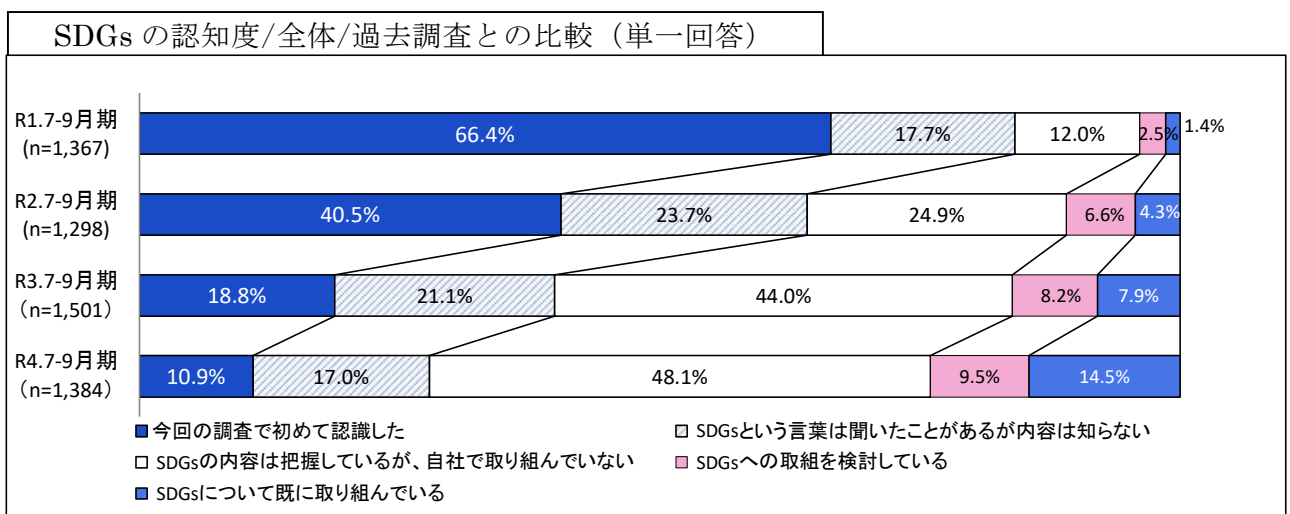
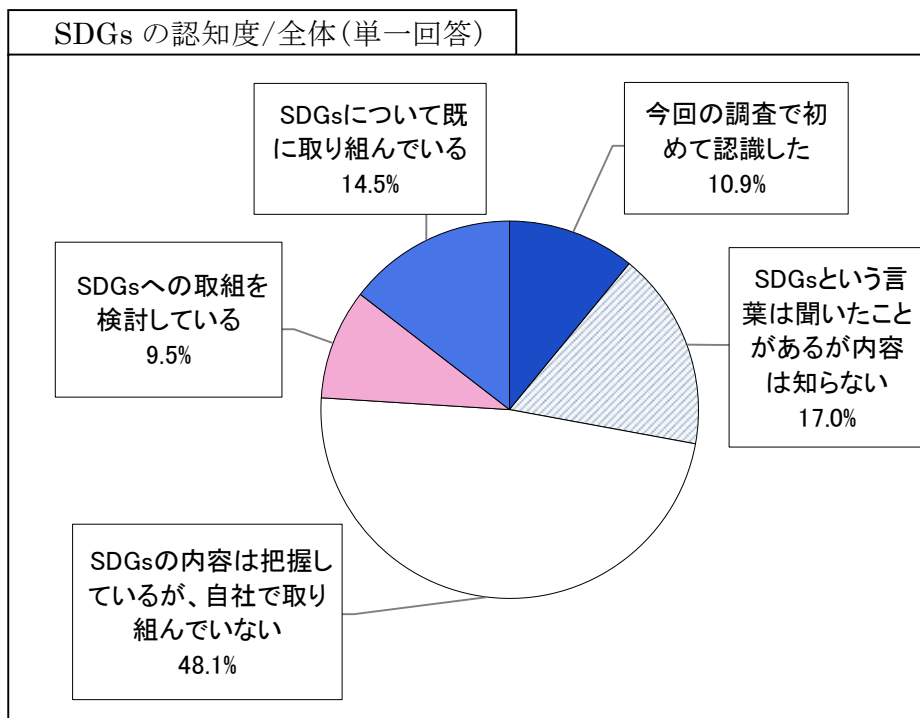
- 県に期待する支援について聞いたところ、全体では「制度融資の拡充・借換支援」（39.0%）が最も多く、次いで「感染予防対策への支援」（25.0%）、「雇用調整に関する支援」（24.6%）の順となった。
- 前回調査（令和4年4～6月期）と同様、回答割合の多かった項目のうち、「制度融資の拡充・借換支援」、「雇用調整に関する支援」、「販路拡大、新商品開発支援」については、製造業の回答割合が非製造業の回答割合を上回ったが、「感染予防対策への支援」や「事業承継に関する支援」については、非製造業の回答割合が製造業の回答割合を上回った。



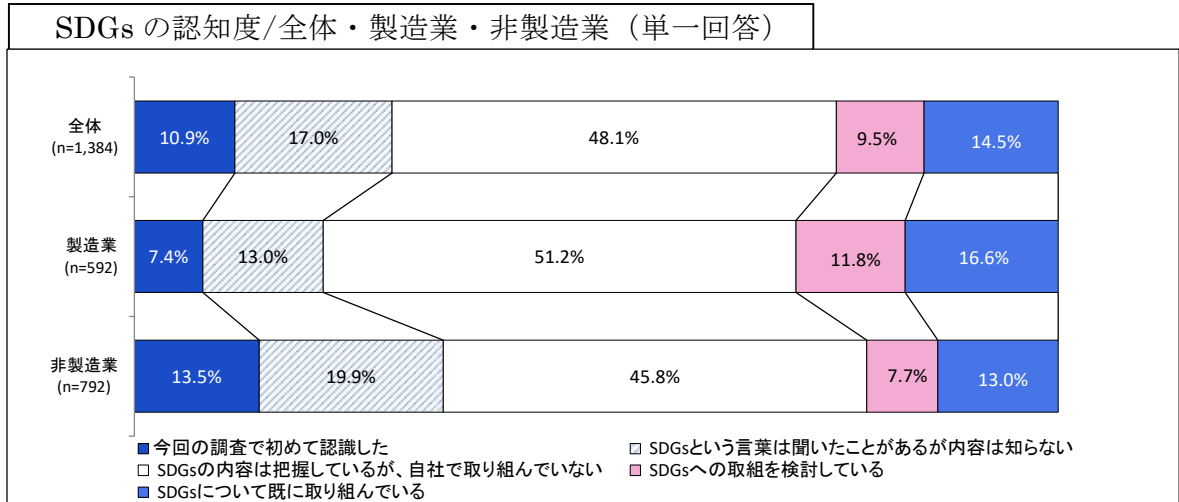
2. SDGs (Sustainable Development Goals : 持続可能な開発目標) の認知・取組状況について

(1) SDGs の認知度 (回答数 : 1, 384 社・単一回答)

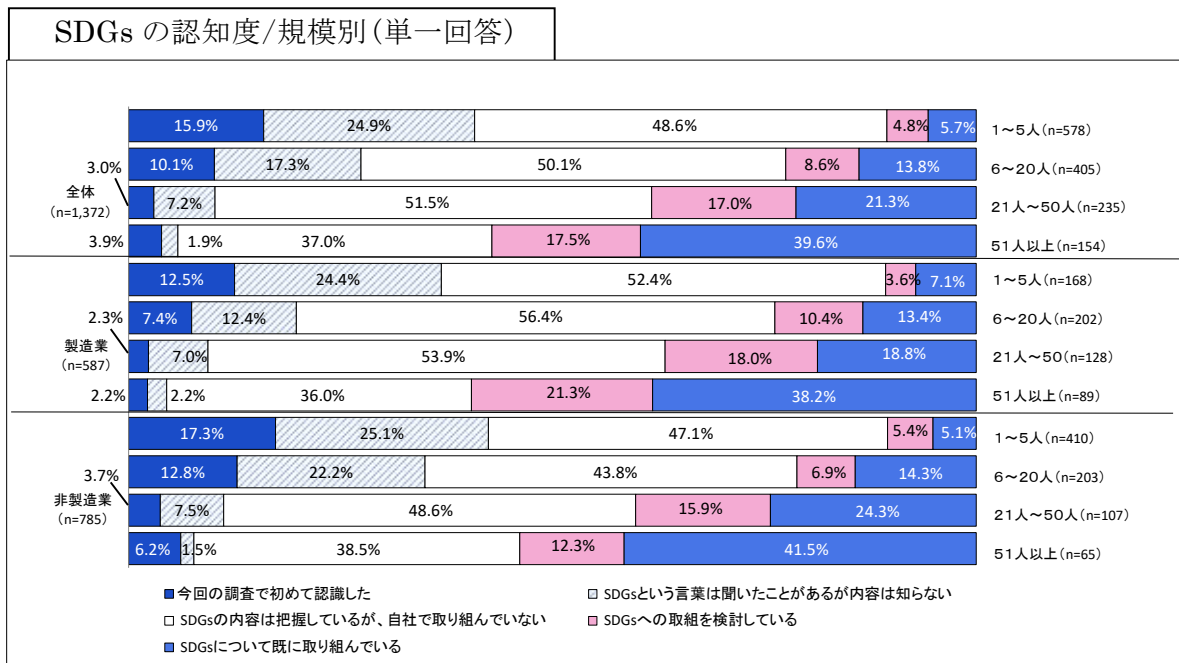
- SDGs の認知度について聞いたところ、「SDGs という言葉は聞いたことがあるが内容は知らない」、「SDGs の内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」、「SDGs への取組を検討している」及び「SDGs について既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は 89.1%であった。
- 前回調査 (令和3度7~9月期) の結果 (81.2%) と比べると、SDGs の認知度は 7.9ポイント増加した。
- 「SDGs への取組を検討している」 (9.5%) と「SDGs について既に取り組んでいる」 (14.5%) を合わせた回答割合 (24.0%) は、前回調査の結果 (16.1%) と比べると、7.9ポイント増加した。



- 業種別にみると、「SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない」、「SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない」、「SDGsへの取組を検討している」及び「SDGsについて既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（92.6%）が非製造業（86.5%）よりも6.1ポイント高かった。
- 「SDGsへの取組を検討している」と「SDGsについて既に取り組んでいる」を合わせた回答割合は、製造業（28.4%）が非製造業（20.7%）よりも7.7ポイント高かった。



- 製造業、非製造業ともに、規模が大きくなるほど「SDGsへの取組を検討している」と「SDGsについて既に取り組んでいる」を合わせた回答割合が高くなった。



(2) SDGs への取組と期待する効果 (回答数：309社・複数回答)

※ (1) で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した332社のうち309社の回答割合

- (1) で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した企業に、検討している取組又は既の実施している取組について聞いたところ、以下のような回答があった (主な回答を抜粋)。

【検討している取組】

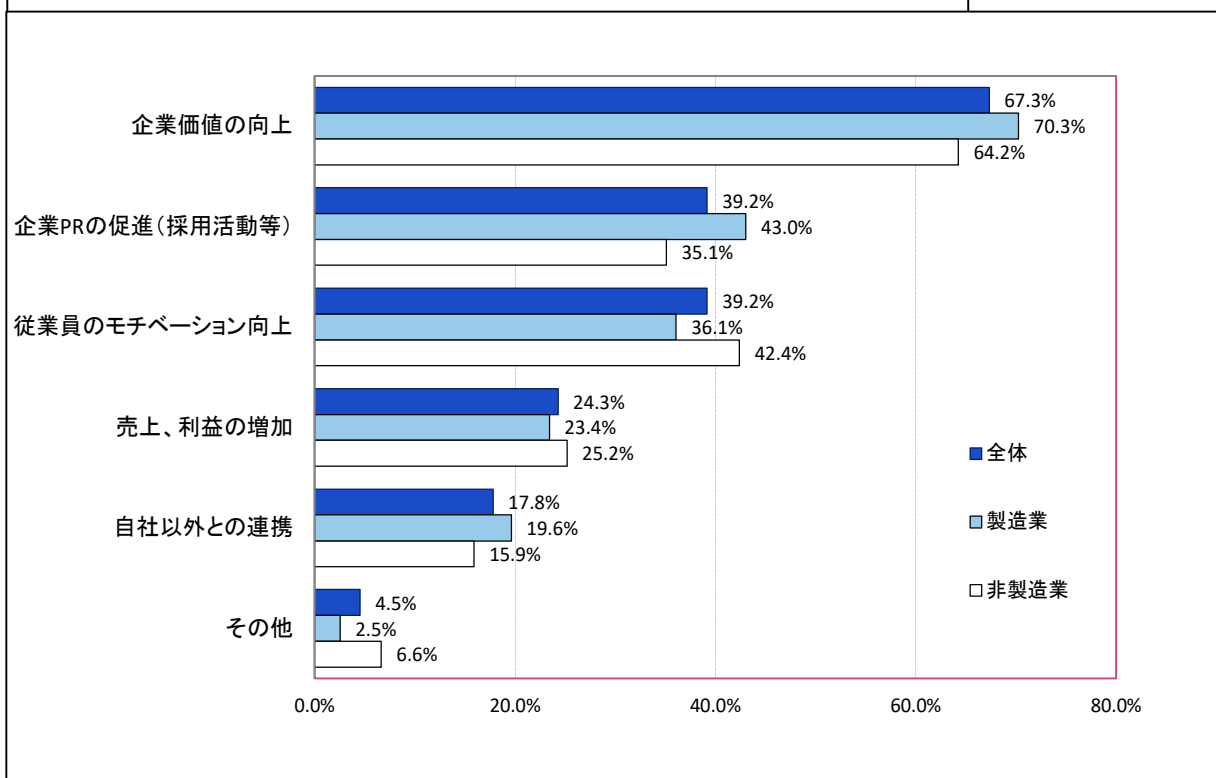
(プラスチック製品) ・グリーンエネルギー活用
 (不動産業) ・電気自動車の導入
 (その他の生活関連・娯楽業) ・ペーパーレス、節電を含むエネルギーの節約

【既の実施している取組】

(食料品製造) ・原材料のリサイクル、フードパントリー支援
 (一般機械器具) ・廃材として処理していたものを再利用できるようにした
 (小売業(飲食料品)) ・こども食堂への支援、健康的な食生活のための商品開発など
 (運輸業) ・グリーン物流
 (洗濯・理美容・浴場業) ・高齢者雇用、外国人雇用、賃上げなど

- (1) で「SDGs への取組を検討している」又は「SDGs について既に取り組んでいる」と回答した企業に、取組に期待する効果を聞いたところ、全体では「企業価値の向上」(67.3%) が最も多く、次いで「企業PRの促進(採用活動等)」(39.2%)、「従業員のモチベーション向上」(39.2%) の順となった。
- 「企業価値の向上」及び「企業PRの促進(採用活動等)」については、製造業の方が非製造業より回答割合が高かったが、「従業員のモチベーション向上」については、非製造業の方が製造業より回答割合が高かった。

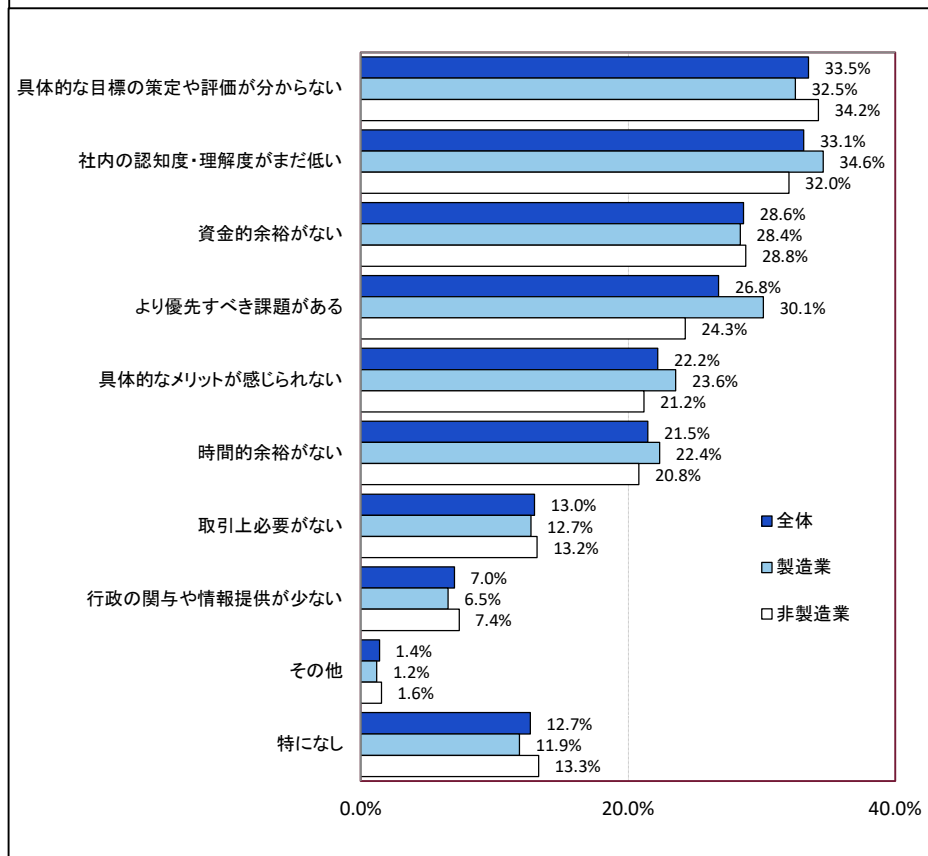
SDGs への取組と期待する効果/全体・製造業・非製造業 (複数回答)



(3) SDGsに取り組むに当たっての課題 (回答数：1, 355社・複数回答)

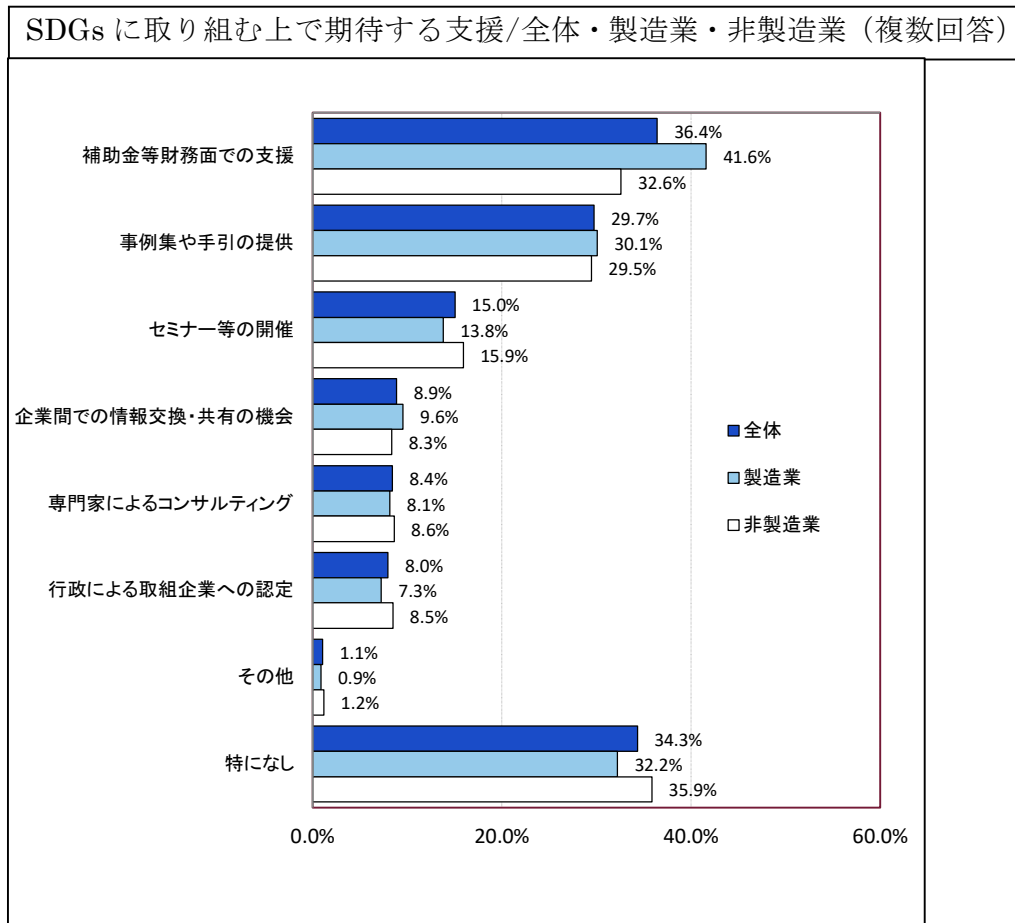
- SDGsに取り組むに当たっての課題を聞いたところ、全体では「具体的な目標の策定や評価が分からない」(33.5%)が最も多く、次いで「社内の認知度・理解度がまだ低い」(33.1%)、「資金的余裕がない」(28.6%)の順となった。
- 前回調査(令和3年7~9月期)では、「社内の認知度・理解度がまだ低い」が最も回答割合が高く、「具体的な目標の策定や評価が分からない」が2番目であったが、今回調査では「具体的な目標の策定や評価が分からない」が最も回答割合が高く、「社内の認知度・理解度がまだ低い」が2番目となった。

SDGsに取り組むに当たっての課題/全体・製造業・非製造業(複数回答)



(4) SDGsに取り組む上で期待する支援（回答数：1, 332社・複数回答）

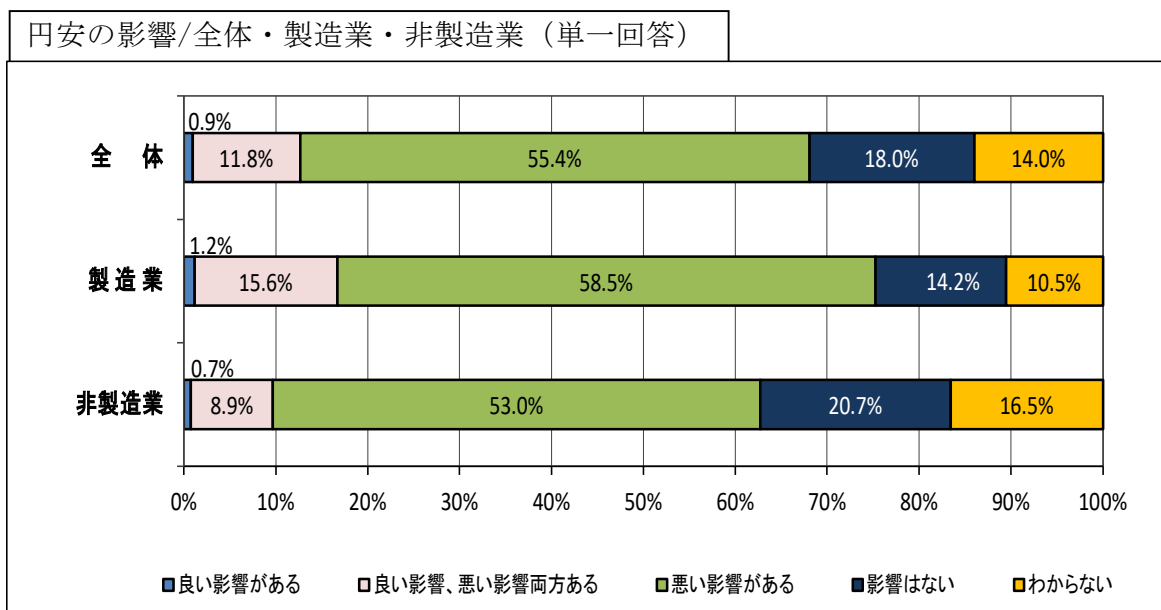
- SDGsに取り組む上で期待する支援を聞いたところ、全体では「補助金等財務面での支援」（36.4%）が最も多く、次いで「事例集や手引の提供」（29.7%）、「セミナー等の開催」（15.0%）の順となった。



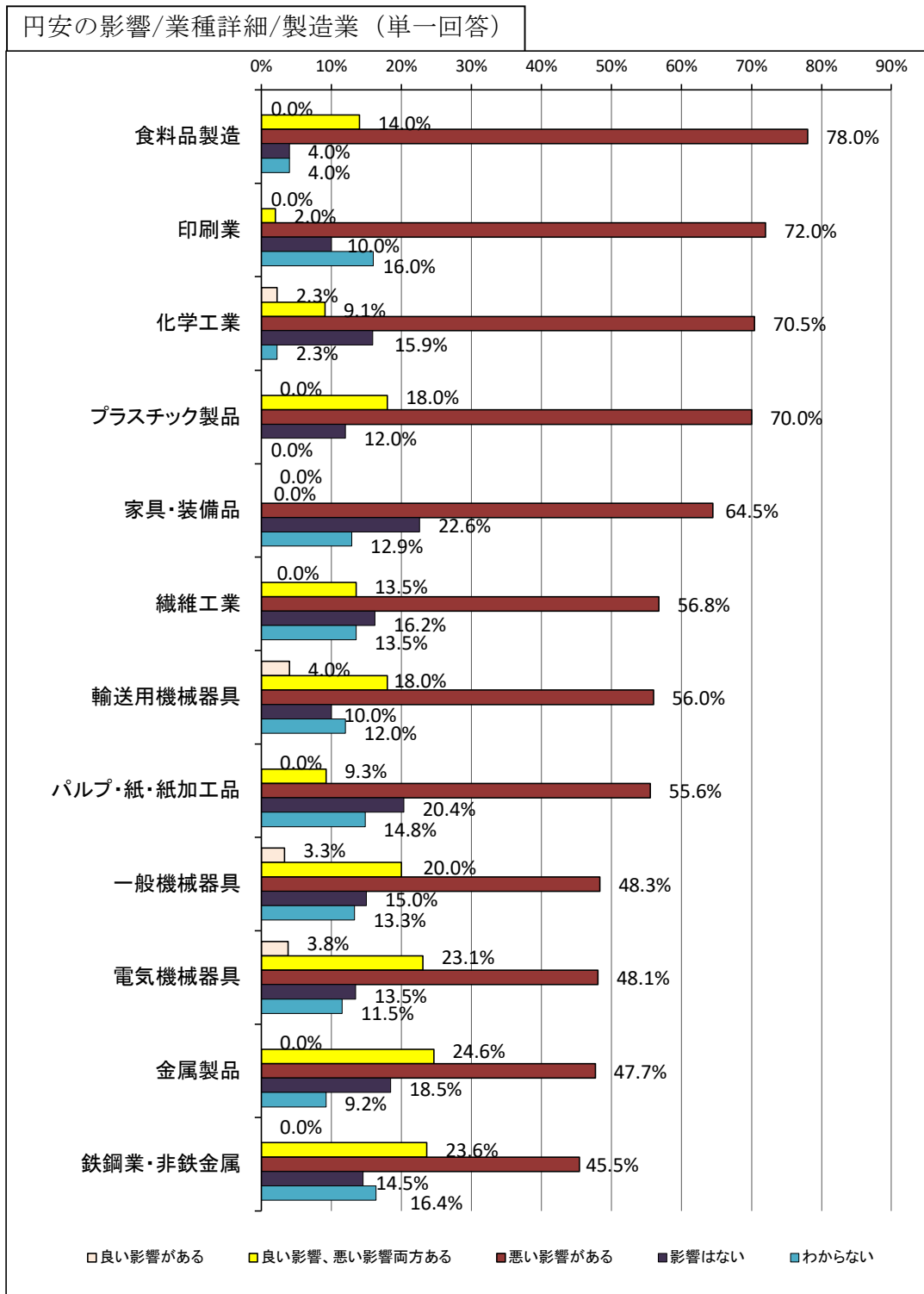
3 円安が経営に与える影響について

(1) 円安の影響（回答数1,403社・単一回答）

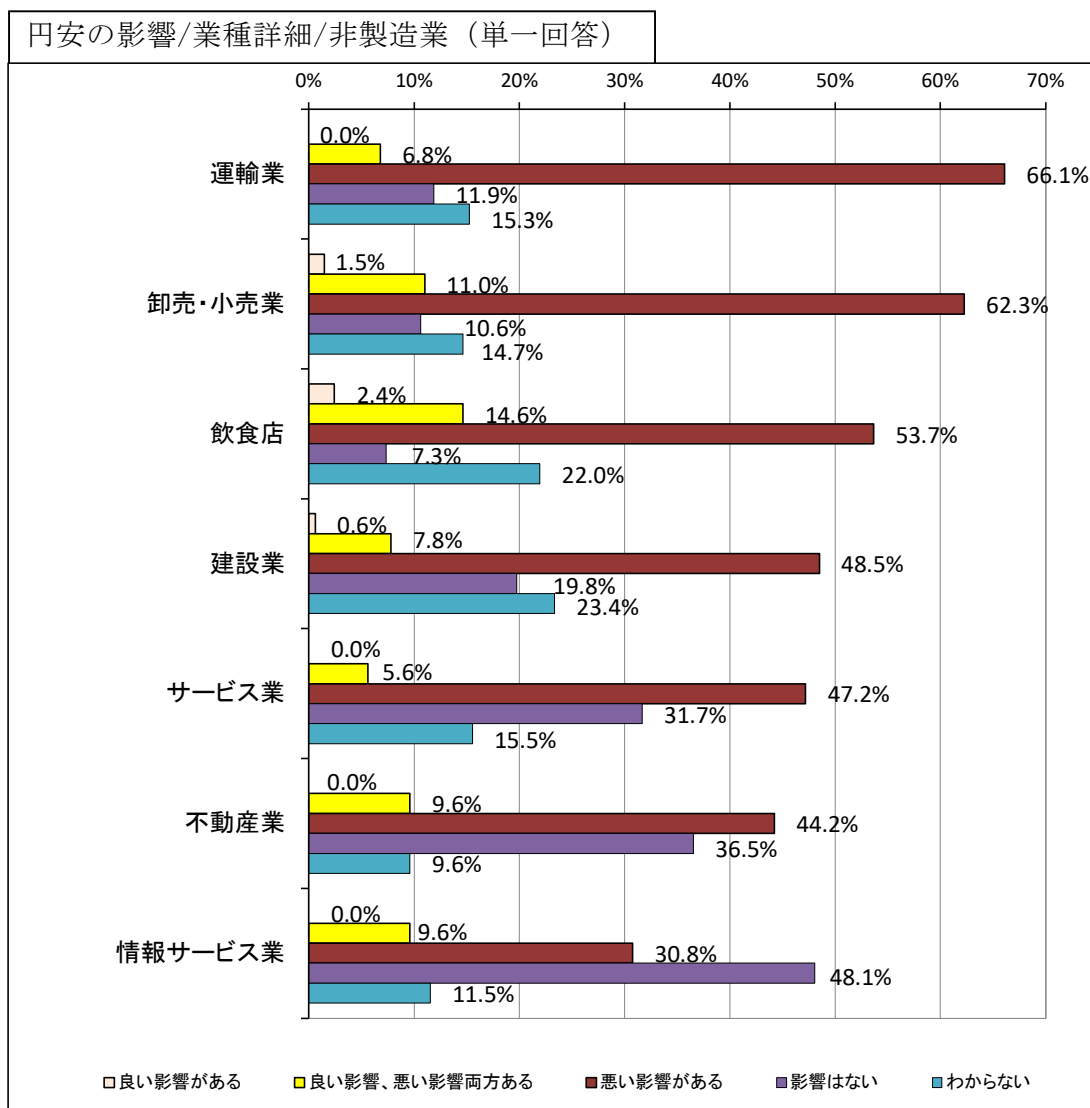
- 円安の影響について聞いたところ、「良い影響がある」は0.9%、「良い影響、悪い影響両方ある」は11.8%、「悪い影響がある」は55.4%、「影響はない」は18.0%、「影響はない」は18.0%であった。
- 業種別にみると、「良い影響がある」、「良い影響、悪い影響両方ある」、「悪い影響がある」と回答した企業の割合は、製造業の方が高かったが、「影響はない」と回答した企業の割合は非製造業の方が高かった。



○ 製造業において、「悪い影響がある」と回答した企業を業種別にみると、「食料品製造」（78.0%）が最も多く、次いで「印刷業」（72.0%）、「化学工業」（70.5%）、「プラスチック製品」（70.0%）の順となった。



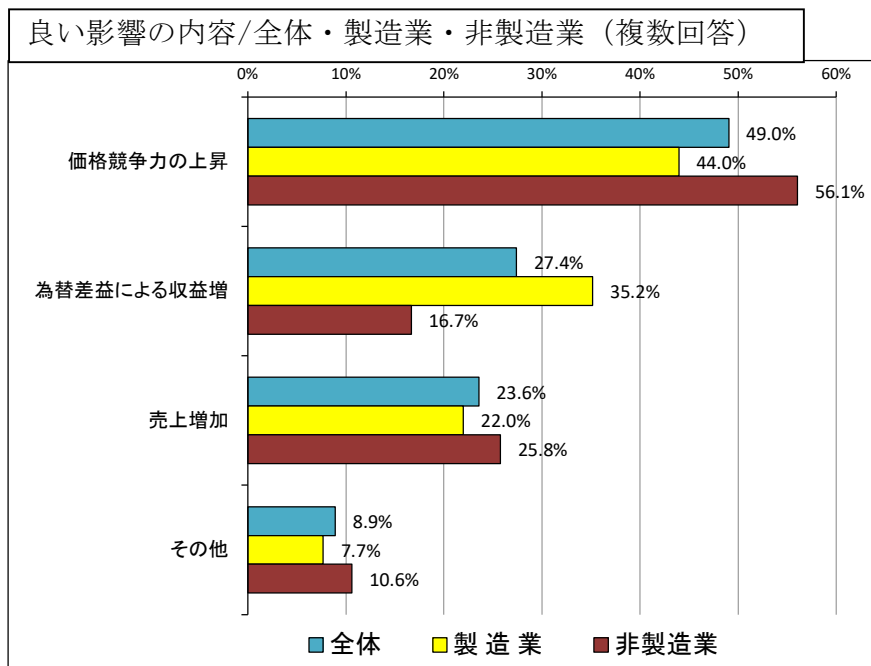
- 非製造業において、「悪い影響がある」と回答した企業を業種別にみると、「運輸業」（66.1%）が最も多く、次いで「卸売・小売業」（62.3%）、「飲食店」（53.7%）の順となった。



(2) 良い影響の内容 (回答数：157社・複数回答)

※ (1) で「良い影響がある」及び「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した178社のうち157社の回答割合

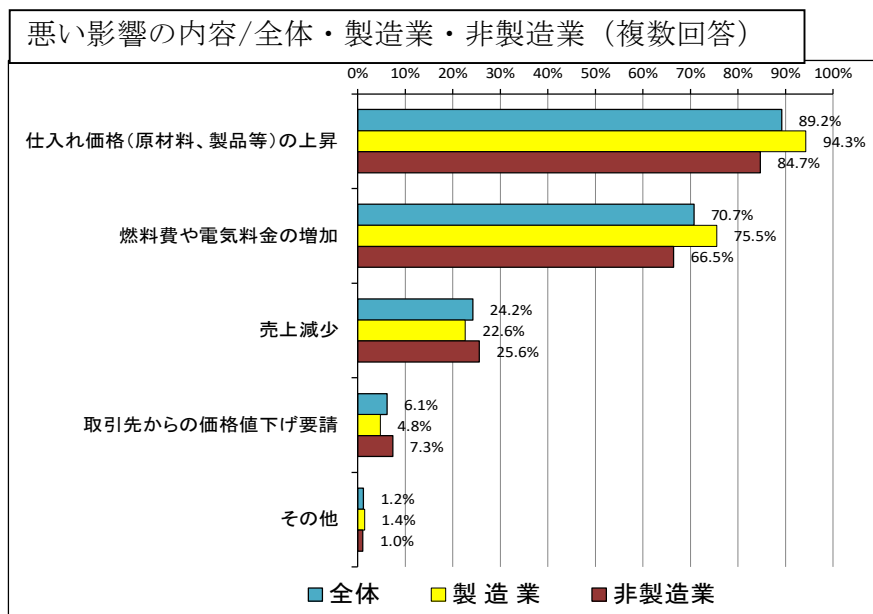
- (1) で「良い影響がある」及び「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業に、良い影響の内容について聞いたところ、「価格競争力の上昇」(49.0%)が最も多く、次いで「為替差益による収益増」(27.4%)、「売上増加」(23.6%)の順となった。
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに「価格競争力の上昇」が最も多かったが(製造業44.0%、非製造業56.1%)、次いで多かったのは、製造業では「為替差益による収益増」(35.2%)、非製造業では「売上増加」(25.8%)であった。



(3) 悪い影響の内容（回答数：897社・複数回答）

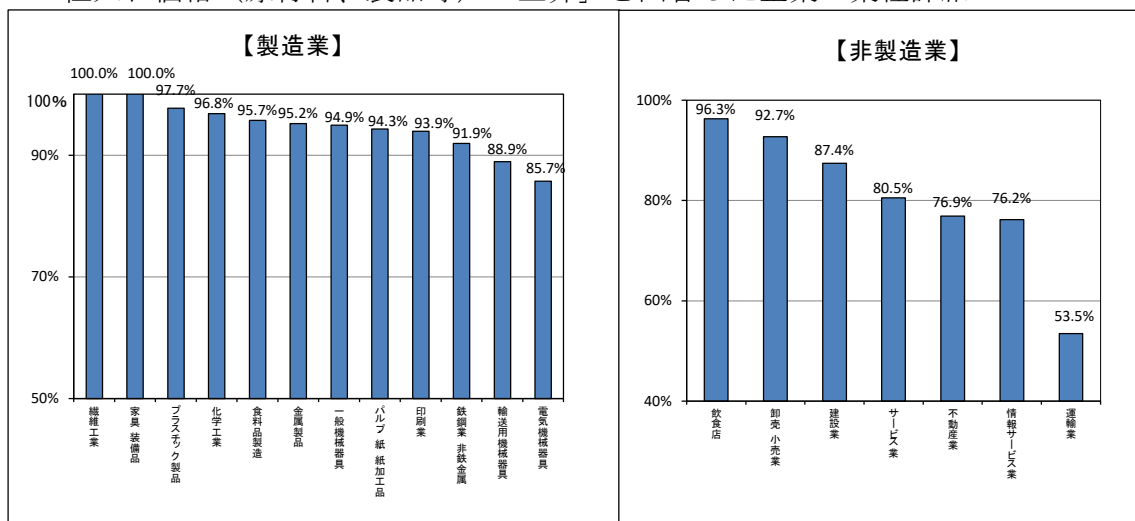
※（1）で「悪い影響がある」及び「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した942社のうち897社の回答割合

- （1）で「悪い影響がある」及び「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業に、悪い影響の内容について聞いたところ、全体では「仕入れ価格（原材料、製品等）の上昇」（89.2%）が最も多く、次いで「燃料費や電気料金の増加」（70.7%）、「売上減少」（24.2%）、「取引先からの価格値下げ要請」（6.1%）の順となった。



- 「仕入れ価格（原材料、製品等）の上昇」と回答した企業について、業種別にみると、製造業では「繊維工業」及び「家具・装備品」で100.0%となった。次いで「プラスチック製品」（97.7%）、「化学工業」（96.8%）など8業種で90%を超え、残りの2業種「輸送用機械器具」（88.9%）、「電気機械器具」（85.7%）で80%を超えており、12業種全てで80%を超えた。
- 非製造業では「飲食店」（96.3%）が最も多く、次いで「卸売・小売業」（92.7%）、「建設業」（87.4%）、「サービス業」（80.5%）の順となり、7業種中4業種で80%を超えた。

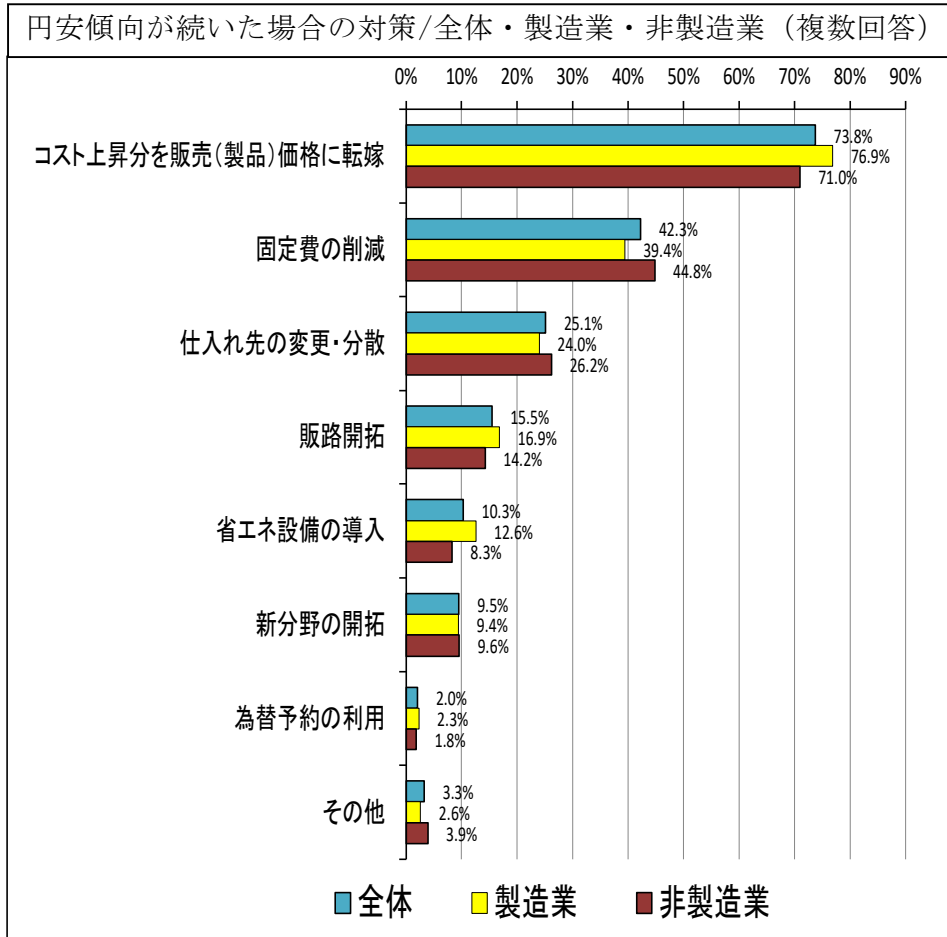
＜「仕入れ価格（原材料、製品等）の上昇」と回答した企業の業種詳細＞



(4) 円安傾向が続いた場合の対策（回答数：736社・複数回答）

※ (3) で「悪い影響の内容」を回答した企業897社のうち736社の回答割合

- (3) で「悪い影響の内容」を回答した企業に、円安傾向が続いた場合にどのような対策をとるか聞いたところ、全体では「コスト上昇分を販売（製品）価格に転嫁」（73.8%）が最も多く、次いで「固定費の削減」（42.3%）、「仕入れ先の変更・分散」（25.1%）の順となった。



【特別調査 結果一覧】

1. 新型コロナウイルス感染症の影響について

(1) 新型コロナウイルス感染症の経営への影響		
1 マイナスの影響が続いている 53.5%	2 今後マイナスの影響が出る見込み 9.0%	
3 影響はあったが、既にコロナ前の水準に回復 11.5%	4 マイナスの影響は出ていない 14.2%	
5 分からない 11.8%		
(2) 影響の内容(複数回答) ※(1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業		
1 受注・売上の減少 85.5%	2 営業自粛(時間短縮含む) 16.5%	
3 イベント、商談会の中止・延期 16.7%	4 商品、部品等の仕入れ困難 33.1%	
5 日本人客の減少 5.6%	6 入金等の遅延 2.9%	
7 外国人客の減少 2.9%	8 海外拠点等の停止・縮小 1.7%	
9 その他 4.9%		
(3) 今期(7~9月期)売上の減少見込み(前年同期比) ※(1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業		
1 90%以上減 2.2%	2 80~89%減 4.7%	
3 70~79%減 6.7%	4 60~69%減 1.8%	
5 50~59%減 5.6%	6 40~49%減 3.4%	
7 30~39%減 7.7%	8 20~29%減 10.9%	
9 10~19%減 17.6%	10 10%未満減 14.7%	
11 変わらない(前年同期と同じ) 16.4%	12 増加する見込み 8.4%	
(4) 今期(7~9月期)売上の減少見込み(3年前同期比) ※(1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業		
1 90%以上減 2.6%	2 80~89%減 5.8%	
3 70~79%減 7.3%	4 60~69%減 5.1%	
5 50~59%減 8.9%	6 40~49%減 4.7%	
7 30~39%減 10.2%	8 20~29%減 14.7%	
9 10~19%減 16.9%	10 10%未満減 10.8%	
11 変わらない(3年前同期と同じ) 8.1%	12 増加する見込み 5.1%	
(5) 来期(10~12月期)資金繰りへの影響 ※(1)で「マイナスの影響が続いている」又は「今後マイナスの影響が出る見込み」と回答した企業		
1 影響がある 56.1%	2 影響はない 21.7%	3 分からない 22.1%

(6) 県に期待する支援(複数回答)	
1 制度融資の拡充・借換支援 39.0%	2 感染予防対策への支援 25.0%
3 雇用調整に関する支援 24.6%	4 販路拡大、新商品開発支援 12.5%
5 テレワーク・在宅勤務への支援 4.6%	6 業態転換、新事業立上げへの支援 6.6%
7 AI・IoT・RPAの導入支援 4.0%	8 キャッシュレス決済の導入支援 4.1%
9 事業承継に関する支援 12.0%	10 Go To 関連事業の上乗せ支援 3.5%
11 その他 3.0%	12 特になし 22.1%

2. SDGsの認知・取組状況について

(1) SDGsの認知度	
1 今回の調査で初めて認識した 10.9%	2 SDGsという言葉は聞いたことがあるが内容は知らない 17.0%
3 SDGsの内容は把握しているが、自社で取り組んでいない 48.1%	4 SDGsへの取組を検討している 9.5%
5 SDGsについて既に取り組んでいる 14.5%	
(2) SDGsへの取組に期待する効果(複数回答)	
1 企業PRの促進(採用活動等) 39.2%	2 売上、利益の増加 24.3%
3 従業員のモチベーション向上 39.2%	4 自社以外との連携 17.8%
5 企業価値の向上 67.3%	6 その他 4.5%
(3) SDGsに取り組むに当たっての課題(複数回答)	
1 社内の認知度・理解度がまだ低い 33.1%	2 具体的な目標の策定や評価が分からない 33.5%
3 資金的余裕がない 28.6%	4 時間的余裕がない 21.5%
5 より優先すべき課題がある 26.8%	6 取引上必要がない 13.0%
7 具体的なメリットが感じられない 22.2%	8 行政の関与や情報提供が少ない 7.0%
9 その他 1.4%	10 特になし 12.7%
(4) SDGsに取り組む上で期待する支援(複数回答)	
1 セミナー等の開催 15.0%	2 専門家によるコンサルティング 8.4%
3 事例集や手引の提供 29.7%	4 補助金等財務面での支援 36.4%
5 企業間での情報交換・共有の機会 8.9%	6 行政による取組企業への認定 8.0%
7 その他 1.1%	8 特になし 34.3%

3. 円安の経営に与える影響について

(1) 円安の影響	
1 良い影響がある 0.9%	2 良い影響、悪い影響両方ある 11.8%
3 悪い影響がある 55.4%	4 影響はない 18.0%
5 わからない 14.0%	
(2) 良い影響の内容(複数回答)	
1 為替差益による収入増 27.4%	2 価格競争力の上昇 49.0%
3 売上増加 23.6%	4 その他 8.9%
(3) 悪い影響の内容(複数回答)	
1 仕入れ価格(原材料、製品等)の上昇 89.2%	2 燃料費や電気料金の増加 70.7%
3 売上減少 24.2%	4 取引先からの価格値下げ要請 6.1%
5 その他 1.2%	
(4) 円安傾向が続いた場合の対策(複数回答)	
1 コスト上昇分を販売(製品)価格に転嫁 73.8%	2 仕入れ先の変更・分散 25.1%
3 固定費の削減 42.3%	4 省エネ設備の導入 10.3%
5 販路開拓 15.5%	6 新分野の開拓 9.5%
7 為替予約の利用 2.0%	8 その他 3.3%