

2024年度

中小企業の経営環境に関する調査
報告書

2025年1月

姫路商工会議所 姫路経済研究所

目次

I. 調査概要

1. 調査概要.....	1
2. 回答事業所の属性.....	2

II. 調査結果

エネルギーコスト（省エネ）

1. エネルギー価格上昇への対策で実施している省エネの取り組み.....	5
1-2. 更新・新規導入された設備.....	7
1-3. 具体的な展開内容.....	9
2. 省エネに取り組む理由・目的.....	11
3. 今後取り組みたい内容.....	13
4. 取り組みを進める上での課題.....	15
5. 今後省エネを進めるにあたって期待する支援.....	17

デジタル技術活用による省力化

1. 実施しているデジタル化への取り組み.....	19
1-2. デジタル化に取り組んだ目的.....	21
2. 今後推進したい・関心のあるデジタル化の取り組み.....	23
3. 取り組みを進める上での課題.....	25
4. 今後デジタル化に取り組む上で期待する支援.....	27
5. 自社で提供している省力化に関連する製品・サービス.....	29
5-2. 自社で提供している省力化に関連する製品・サービス内容.....	30

資源の有効利用（サーキュラーエコノミー）

1. サーキュラーエコノミー（循環経済）への認知度.....	31
2. サーキュラーエコノミーは、今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組みだと 思いますか？.....	32
2-2. 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由.....	33
2-3. 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思わない理由.....	35
2-2-2. 新たなビジネス創出につながる内容（自由記述）.....	37
3. 資源の有効利用に関する取り組み状況.....	38
3-2. 再生材料・リサイクル材料として使用している原材料.....	39
3-3. 再資源化・有償物化の内容.....	42
4. 資源の有効利用について関心のある分野.....	45
5. サーキュラーエコノミーや資源循環社会づくりの推進についてのご意見・ご要望.....	47

円安・海外展開

1. 円安のメリット.....	49
2. 円安のデメリット.....	51
3. 円安が経営に与えるトータルの影響.....	53
4. 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策.....	55
4. 円安の進行に伴い、今後取り組みたい具体的な対応策.....	57
4－2. 海外販路開拓に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」内容.....	59
4－3. 海外販路開拓に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」地域.....	60
4－4. 海外販路開拓に取り組むにあたって不足・課題とを感じる項目.....	61
4－5. 海外販路開拓に取り組むにあたって期待する支援内容.....	62
Ⅲ. まとめ.....	63

(参考資料)

調査票

I. 調査概要

1. 調査概要

(1) 調査目的

中小企業にとって喫緊の課題となっているテーマとして、エネルギーコストや円安による影響、デジタル技術活用による省力化、資源の有効利用（サーキュラーエコノミー）の4点を取り上げ、当地企業の対応状況を把握するとともに、今後の支援策を検討する。

(2) 調査対象

姫路市内 6, 320事業所（姫路商工会議所・姫路市商工会の会員企業）

(3) 調査期間

2024年7月12日～2024年7月26日

(4) 調査方法

対象事業所へアンケート調査票を送付し、集計・分析した。

(5) 回答状況

- ・ 発送数：6, 320事業所
- ・ 回答数：1, 065事業所
- ・ 回答率：16.9%

(6) 調査結果の見方

- ・ 集計上の数値の取り扱い

集計は小数第二位を四捨五入しているため、数値の合計が100%にならない場合がある。

- ・ 図表中の記号「n」

当該質問での回答者数のことである。

- ・ 規模の分類

業種や従業員数に基づき、以下の表の通り設定する。

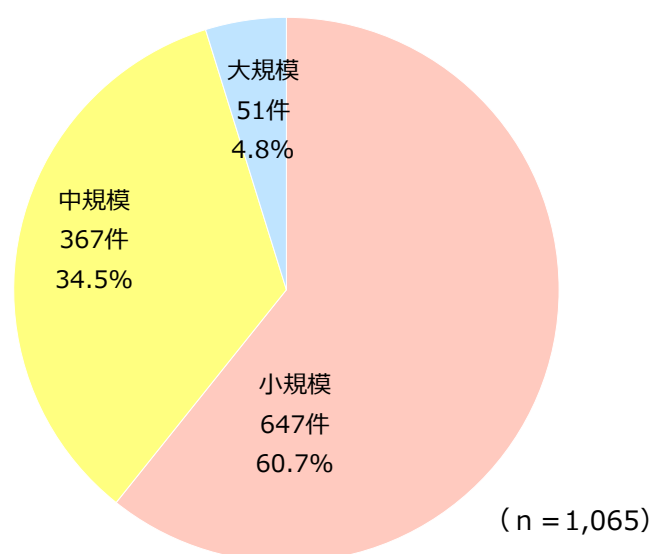
	1～5人	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301人～
建設業	小規模		中規模			大規模
製造業	小規模		中規模			大規模
情報通信業	小規模	中規模			大規模	
運輸業	小規模		中規模			大規模
卸売業	小規模	中規模			大規模	
小売業	小規模	中規模			大規模	
金融・保険業	小規模		中規模			大規模
不動産業	小規模		中規模			大規模
飲食・宿泊業	小規模	中規模			大規模	
医療・福祉	小規模	中規模			大規模	
教育・学習支援業	小規模	中規模			大規模	
サービス業	小規模	中規模			大規模	

2. 回答事業所の属性

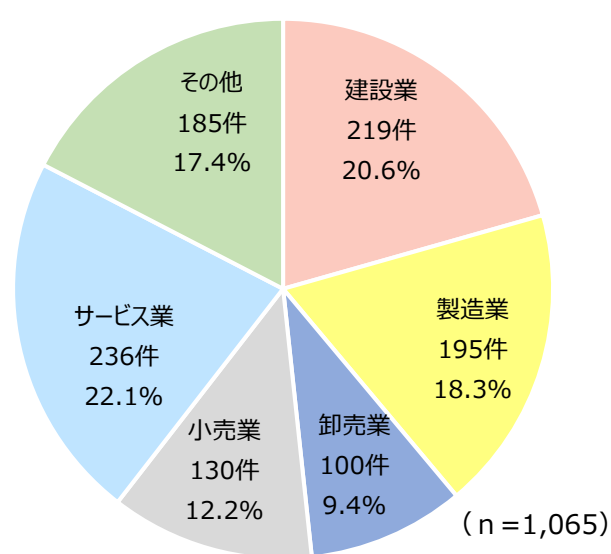
上段：件数 下段：構成比

業種別／規模別	1～5人	6～20人	21～50人	51～100人	101～300人	301人～	全体 (n=1,065)
建設業(n=219)	83 37.9%	99 45.2%	27 12.3%	3 1.4%	6 2.7%	1 0.5%	219 20.6%
製造業(n=195)	42 21.5%	75 38.5%	43 22.1%	16 8.2%	14 7.2%	5 2.6%	195 18.3%
卸売業(n=100)	26 26.0%	43 43.0%	12 12.0%	14 14.0%	4 4.0%	1 1.0%	100 9.4%
小売業(n=130)	76 58.5%	31 23.8%	9 6.9%	6 4.6%	3 2.3%	5 3.8%	130 12.5%
サービス業(n=236)	130 55.1%	58 24.6%	25 10.6%	8 3.4%	9 3.8%	6 2.5%	236 22.1%
その他(n=185)	88 47.6%	57 30.8%	19 10.3%	10 5.4%	4 2.2%	7 3.8%	185 17.4%
情報通信業(n=15)	7 46.7%	4 26.7%	1 6.7%	1 6.7%	1 6.7%	1 6.7%	15 1.4%
運輸業(n=35)	3 8.6%	18 51.4%	8 22.9%	4 11.4%	1 2.9%	1 2.9%	35 3.3%
金融・保険業(n=18)	6 33.3%	8 44.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 22.2%	18 1.7%
不動産業(n=37)	32 86.5%	2 5.4%	2 5.4%	1 2.7%	0 0.0%	0 0.0%	37 3.5%
飲食・宿泊業(n=51)	26 51.0%	16 31.4%	5 9.8%	1 2.0%	2 3.9%	1 2.0%	51 4.8%
医療・福祉(n=16)	6 37.5%	6 37.5%	3 18.8%	1 6.3%	0 0.0%	0 0.0%	16 1.5%
教育・学習支援業(n=13)	8 61.5%	3 23.1%	0 0.0%	2 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	13 1.2%
全体(n=1,065)	445 41.8%	363 34.1%	135 12.7%	57 5.4%	40 3.8%	25 2.3%	1,065 100.0%

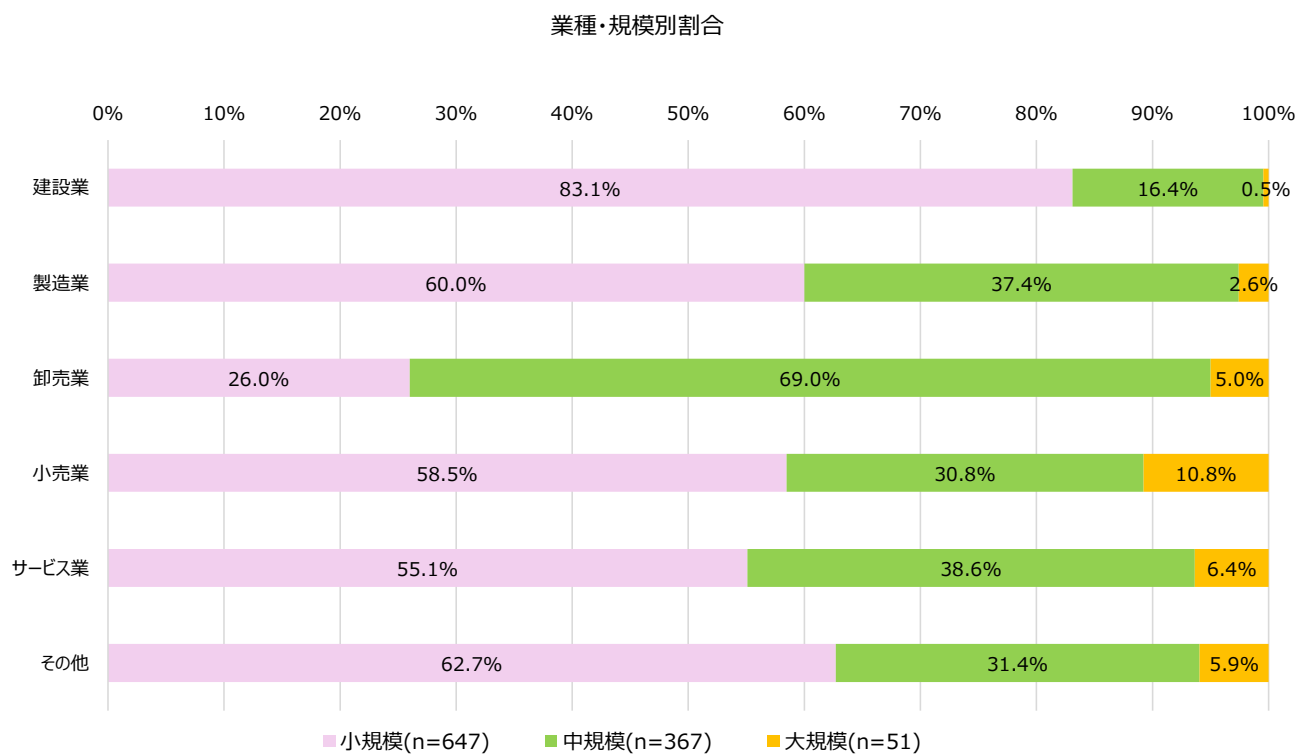
(1) 規模



(2) 業種



(3) 業種・規模別割合



(空白)

Ⅱ. 調査結果

エネルギーコスト（省エネ）

1. エネルギー価格上昇への対策で実施している省エネの取り組み（複数回答）

エネルギー価格上昇への対策で実施している省エネの取り組みについては、「省エネ型設備への更新・新規導入」（26.5%）の割合が最も高く、「従業員への環境教育」（16.4%）、「エネルギーコストの把握」（15.7%）、「運用改善による省エネの推進」（14.1%）と続いている。「特になし」（実施していない）の割合が41.5%と高くなっている。

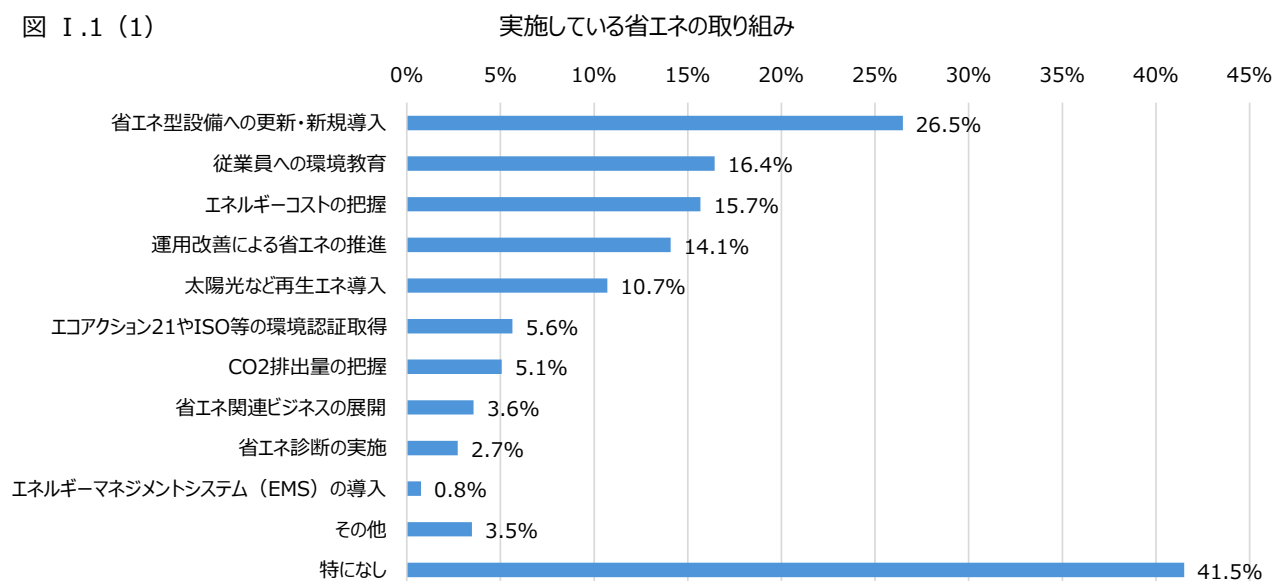
規模別では、小規模で「特になし」（52.9%）の割合が特に高い。企業規模に比例して、省エネへの取り組みが進んでいる。

業種別では、「省エネ型設備への更新・新規導入」において、卸売業（41.0%）、製造業（32.8%）が他の業種に比べて高い割合を示している。

表 I.1 エネルギー価格上昇への対策で実施している省エネの取り組み (n=1,065)

実施している省エネの取り組み	件数	回答率
省エネ型設備への更新・新規導入	282	26.5%
従業員への環境教育	175	16.4%
エネルギーコストの把握	167	15.7%
運用改善による省エネの推進	150	14.1%
太陽光など再生エネ導入	114	10.7%
エコアクション21やISO等の環境認証取得	60	5.6%
CO2排出量の把握	54	5.1%
省エネ関連ビジネスの展開	38	3.6%
省エネ診断の実施	29	2.7%
エネルギーマネジメントシステム（EMS）の導入	8	0.8%
その他	37	3.5%
特になし	442	41.5%

図 I.1 (1)



規模別・業種別

図 I.1 (2)

規模別／回答率

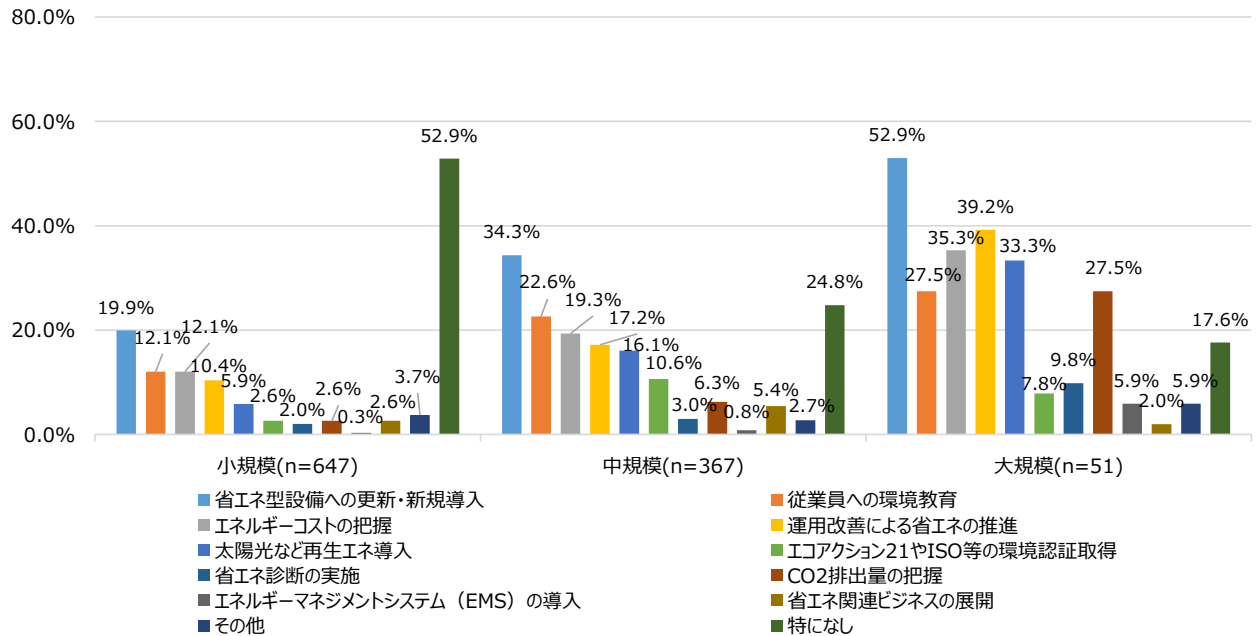
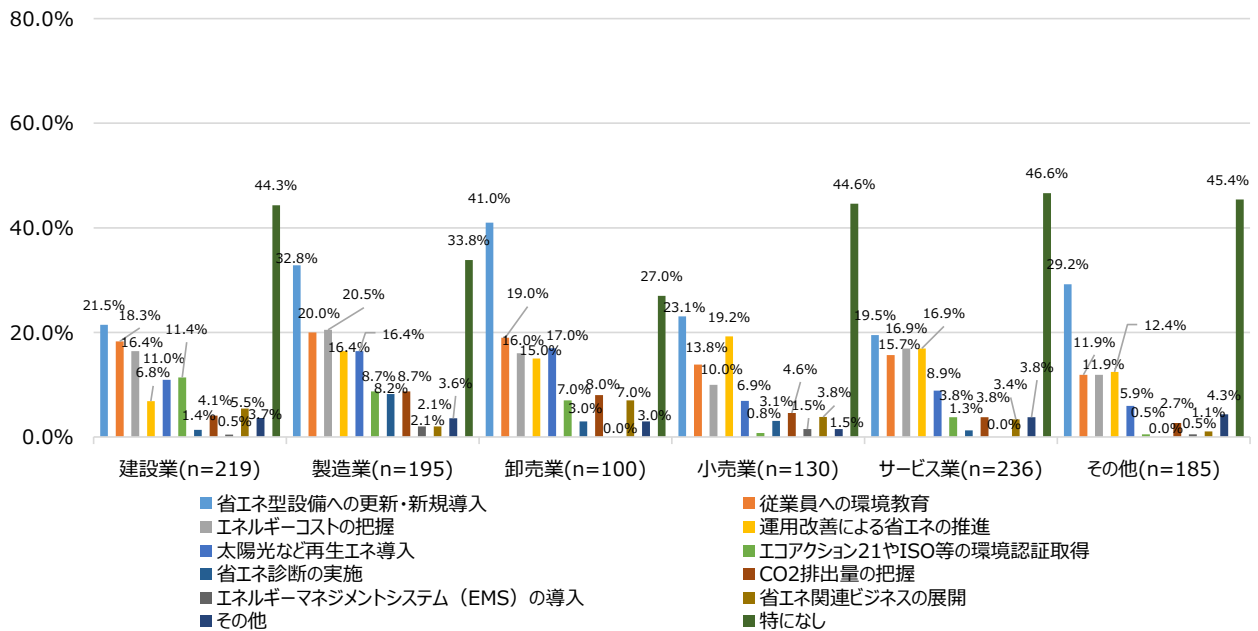


図 I.1 (3)

業種別／回答率



1-2. 更新・新規導入された設備（複数回答）

（「1. エネルギー価格上昇への対策で実施している省エネの取り組み」の設問で、「省エネ型設備への更新・新規導入」と回答した方（282 件）への質問）

更新・新規導入された設備については、「照明設備」（69.1%）、「空調設備」（65.2%）の割合が高く、「再生可能エネルギー設備」（9.9%）、「冷蔵・冷凍設備」（9.2%）、「断熱材・設備」（8.5%）と続いている。

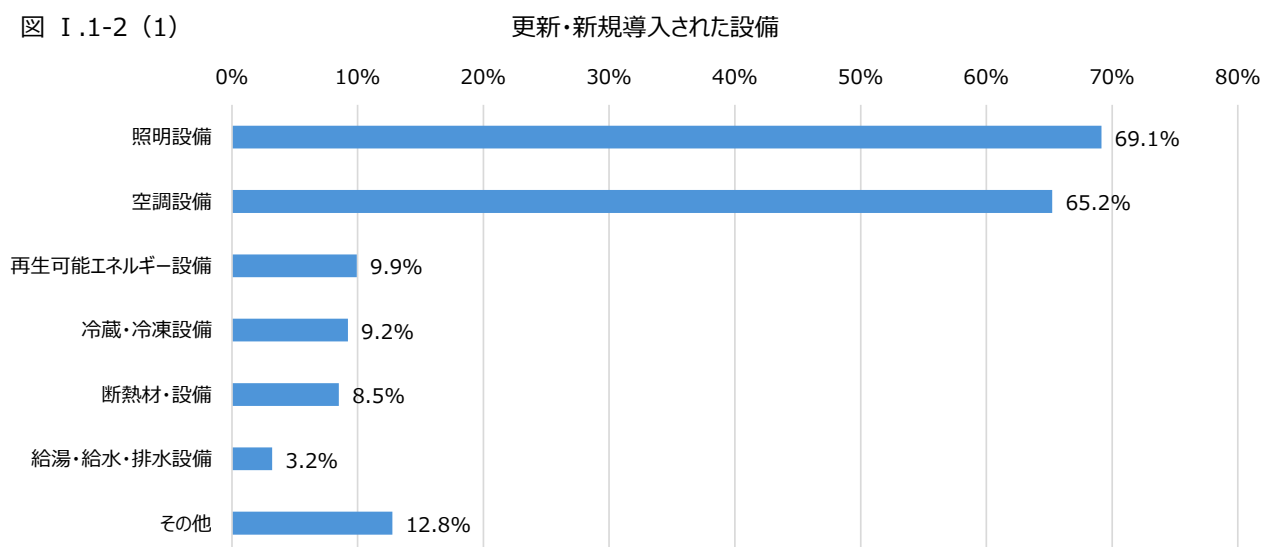
規模別では、「再生可能エネルギー設備」において大規模（44.4%）が、小規模（3.9%）・中規模（8.7%）に比べて高い割合を示している。

業種別では、建設業・卸売業・製造業では「空調設備」（76.6%、75.6%、68.8%）が他の業種に比べて高い割合を示している。「冷蔵・冷凍設備」において、「その他」（24.1%）・「小売業」（16.7%）が他の業種に比べて高い割合を示している。

表 I.1-2 更新・新規導入された設備 (n=282)

更新・新規導入された設備	件数	回答率
照明設備	195	69.1%
空調設備	184	65.2%
再生可能エネルギー設備	28	9.9%
冷蔵・冷凍設備	26	9.2%
断熱材・設備	24	8.5%
給湯・給水・排水設備	9	3.2%
その他	36	12.8%

図 I.1-2 (1)



規模別・業種別

図 I.1-2 (2)

規模別／回答率

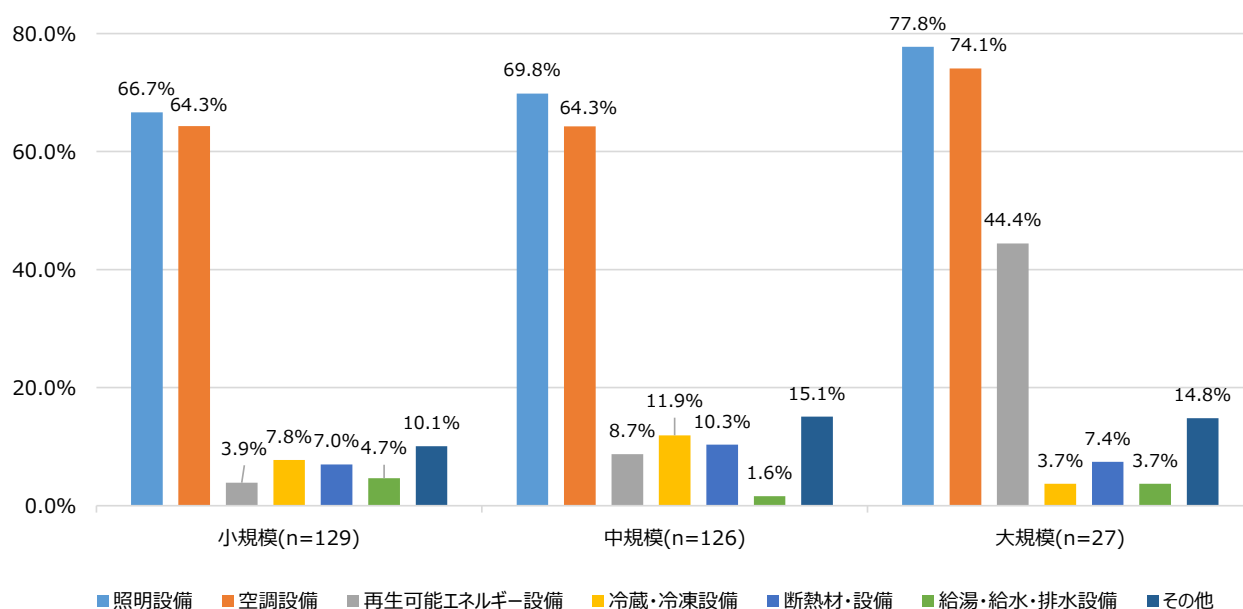
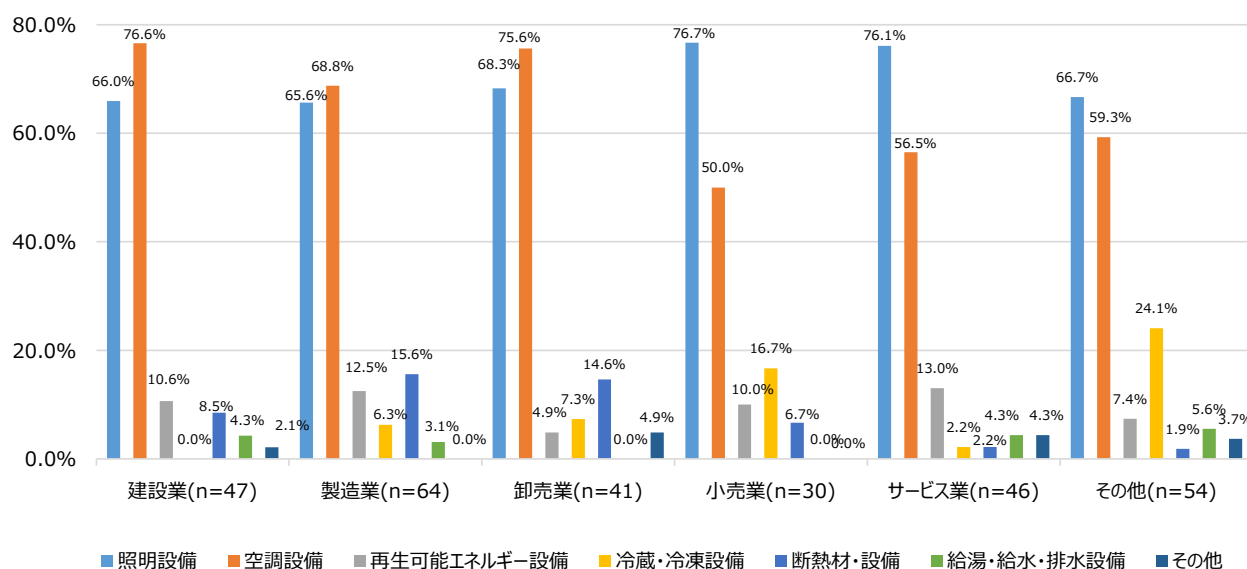


図 I.1-2 (3)

業種別／回答率



1－3. 具体的な展開内容（複数回答）

（「1. エネルギー価格上昇への対策で実施している省エネの取り組み」の設問で、「省エネ関連ビジネスの展開」と回答した方（38 件）への質問）

具体的な展開内容については、「照明設備」（47.4%）の割合が高く、「空調設備」（39.5%）、「省エネ関連の補助金活用支援」（28.9%）と続いている。

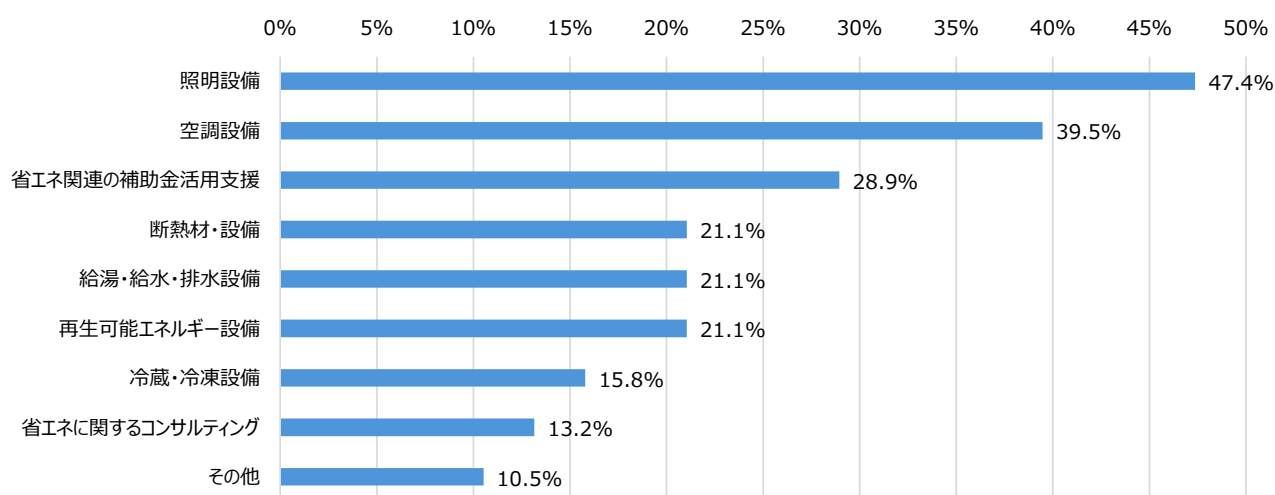
表 I.1-3 具体的な展開内容

(n=38)

具体的な展開内容	件数	回答率
照明設備	18	47.4%
空調設備	15	39.5%
省エネ関連の補助金活用支援	11	28.9%
断熱材・設備	8	21.1%
給湯・給水・排水設備	8	21.1%
再生可能エネルギー設備	8	21.1%
冷蔵・冷凍設備	6	15.8%
省エネに関するコンサルティング	5	13.2%
その他	4	10.5%

図 I.1-3 (1)

具体的な展開内容



(空白)

2. 省エネに取り組む理由・目的（複数回答）

※取り組みを行っていない方は「理由・目的になり得る」と考えるもの

省エネに取り組む理由・目的については、「電気料金などコスト削減」（79.0%）の割合が最も高く、「環境意識の高まりへの対応」（27.7%）、SDGs 目標への対応（19.0%）と続いている。

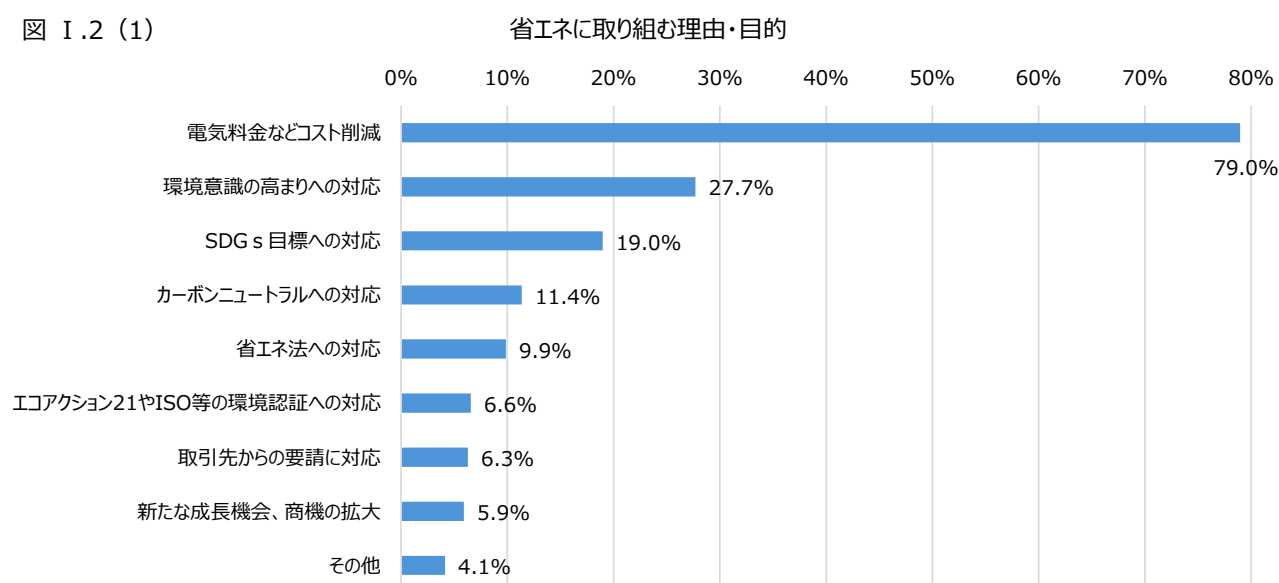
規模別では、大規模は何れの項目においても、小規模・中規模に比べて高い割合を示している。中規模・小規模では、「電気料金などコスト削減」（81.7%、76.5%）の割合は高いものの、他の項目は大半が低調となっている。

業種別では、傾向に大きな違いは見られない。

表 I.2 省エネに取り組む理由・目的 (n=1,065)

省エネに取り組む理由・目的	件数	回答率
電気料金などコスト削減	841	79.0%
環境意識の高まりへの対応	295	27.7%
SDG s 目標への対応	202	19.0%
カーボンニュートラルへの対応	121	11.4%
省エネ法への対応	105	9.9%
エコアクション21やISO等の環境認証への対応	70	6.6%
取引先からの要請に対応	67	6.3%
新たな成長機会、商機の拡大	63	5.9%
その他	44	4.1%

図 I.2 (1)



規模別・業種別

図 I.2 (2)

規模別／回答率

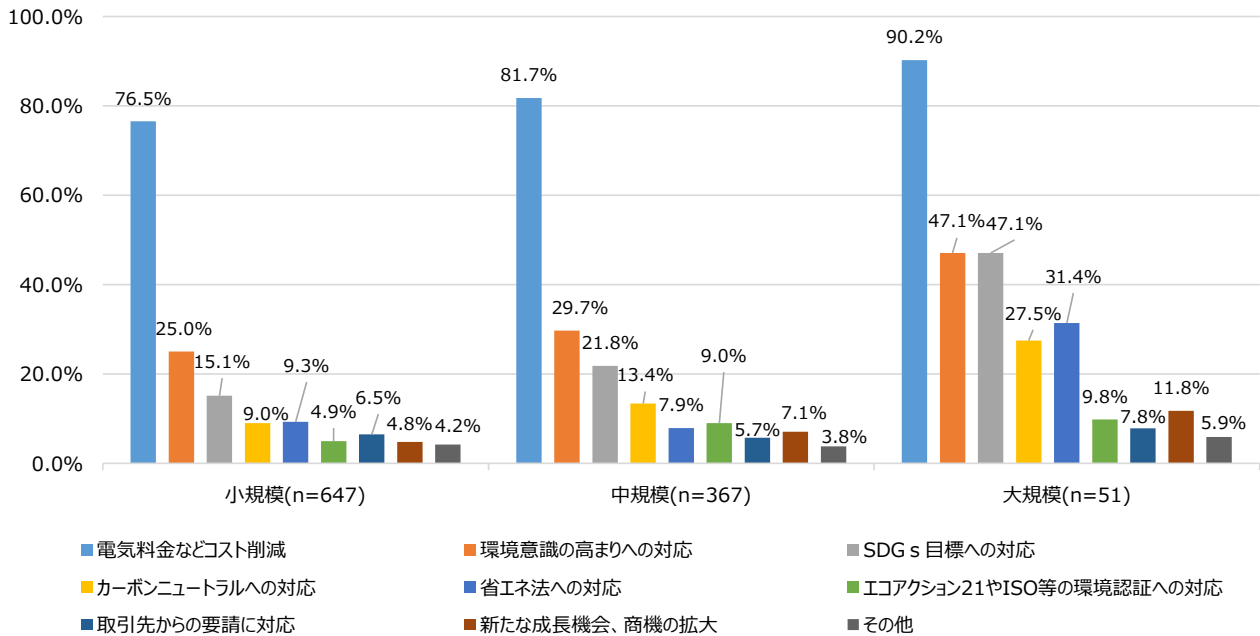
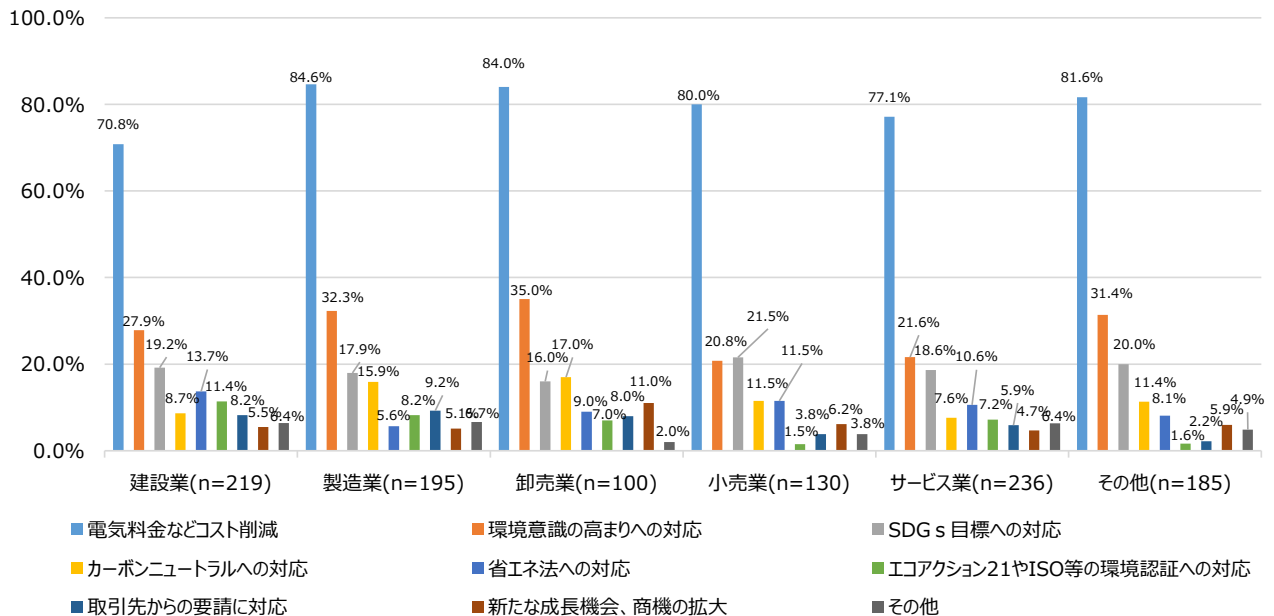


図 I.2 (3)

業種別／回答率



3. 今後取り組みたい内容（複数回答）

今後取り組みたい内容については、「省エネ型設備への更新・新規導入」（33.5%）の割合が最も高く、「運用改善による省エネの推進」（19.9%）、「従業員への環境教育」（18.6%）と続いている。「特になし」の割合は、28.2%。

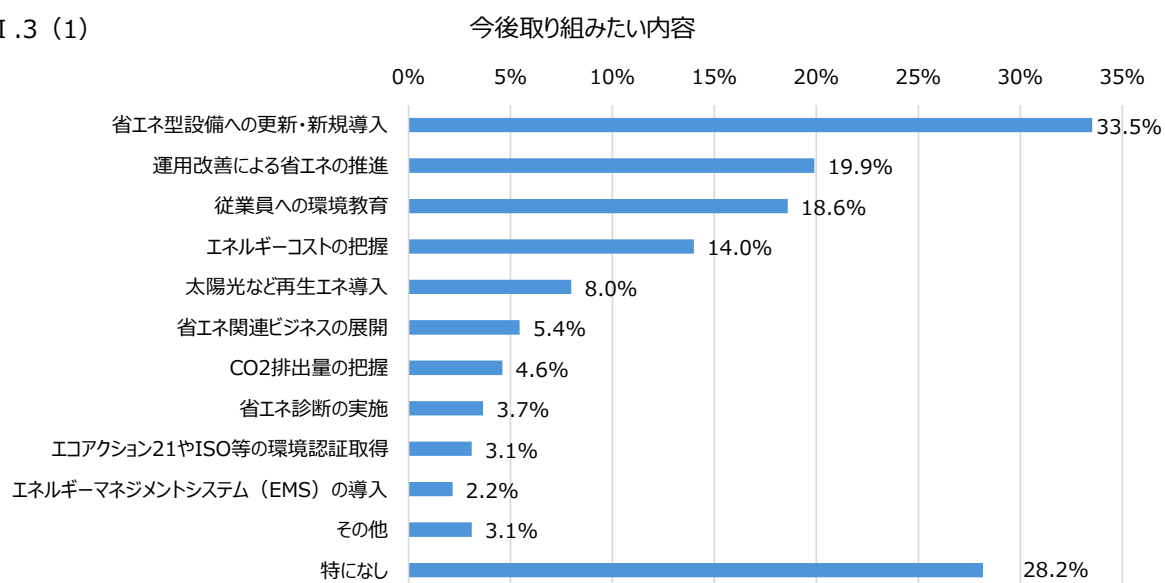
規模別では、企業規模に比例して、省エネの取り組みへの意欲が高いことがうかがえる。小規模では「特になし」（34.2%）の割合が最も高い。

業種別では、「省エネ型設備への更新・新規導入」は、「製造業」（44.1%）「その他」（38.4%）「卸売業」（37.0%）が他の業種と比べて割合が高くなっている。

表 I.3 今後取り組みたい内容 (n=1,065)

今後取り組みたい内容	件数	回答率
省エネ型設備への更新・新規導入	357	33.5%
運用改善による省エネの推進	212	19.9%
従業員への環境教育	198	18.6%
エネルギーコストの把握	149	14.0%
太陽光など再生エネ導入	85	8.0%
省エネ関連ビジネスの展開	58	5.4%
CO2排出量の把握	49	4.6%
省エネ診断の実施	39	3.7%
エコアクション21やISO等の環境認証取得	33	3.1%
エネルギーマネジメントシステム（EMS）の導入	23	2.2%
その他	33	3.1%
特になし	300	28.2%

図 I.3 (1)



規模別・業種別

図 I.3 (2)

規模別／回答率

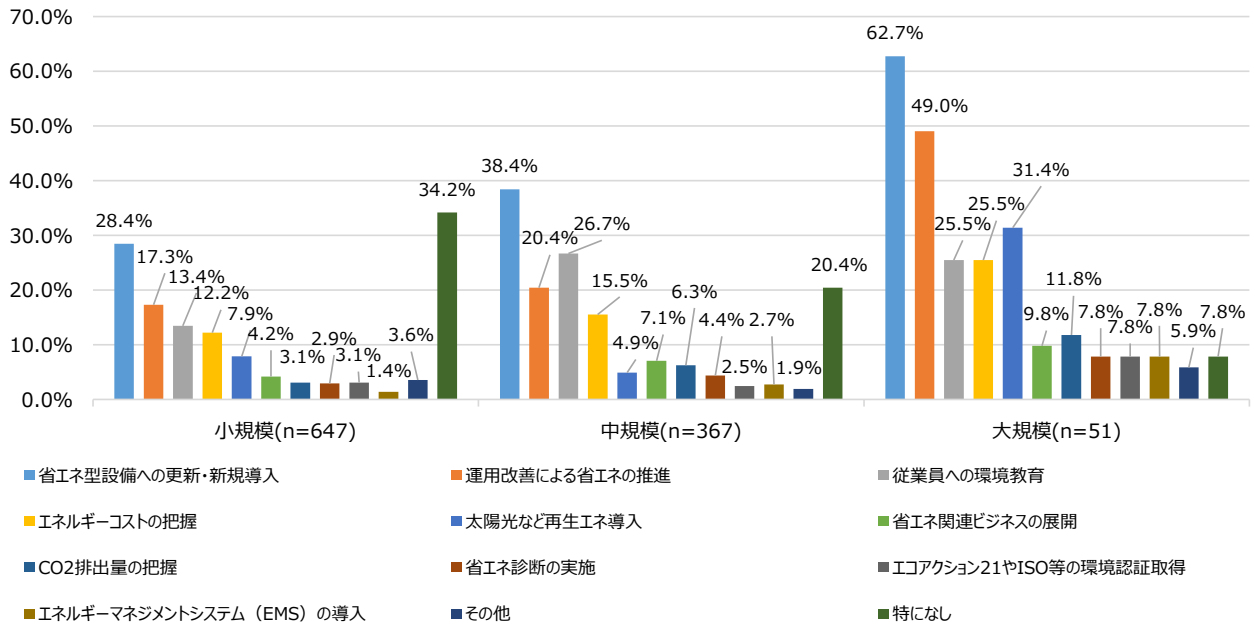
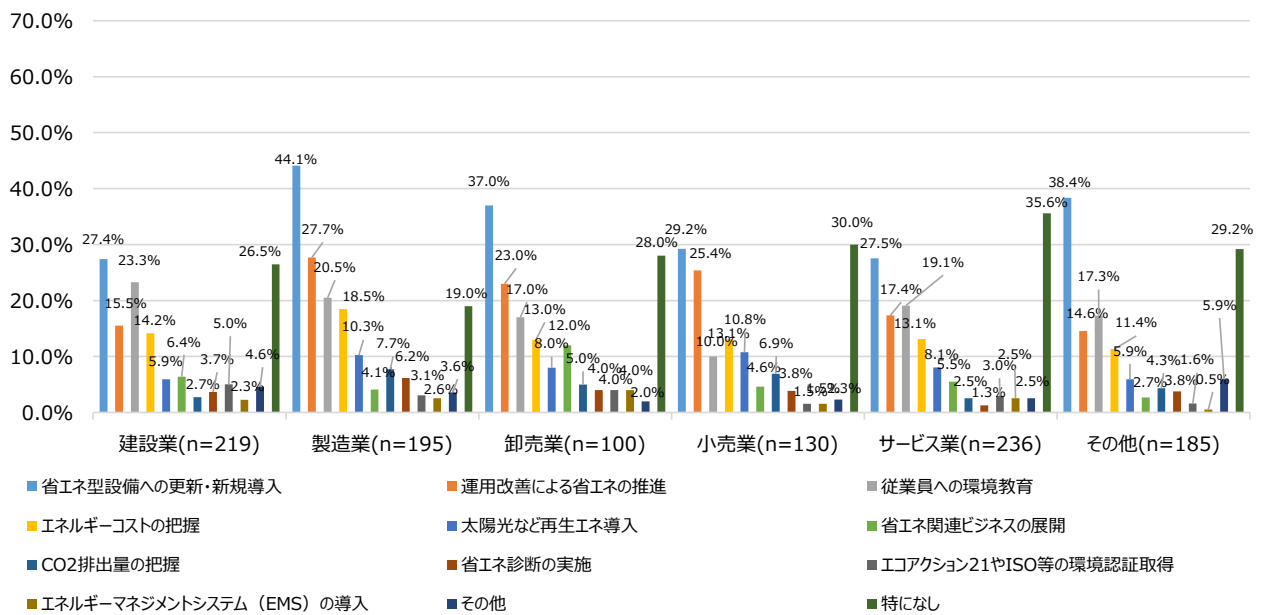


図 I.3 (3)

業種別／回答率



4. 取り組みを進める上での課題（複数回答）

取り組みを進める上での課題については、「資金が不足している」（35.2％）の割合が最も高く、「設備投資に見合う効果が判断できない」（32.3％）、「取り組むための知識・ノウハウが不足している」（26.8％）と続いている。

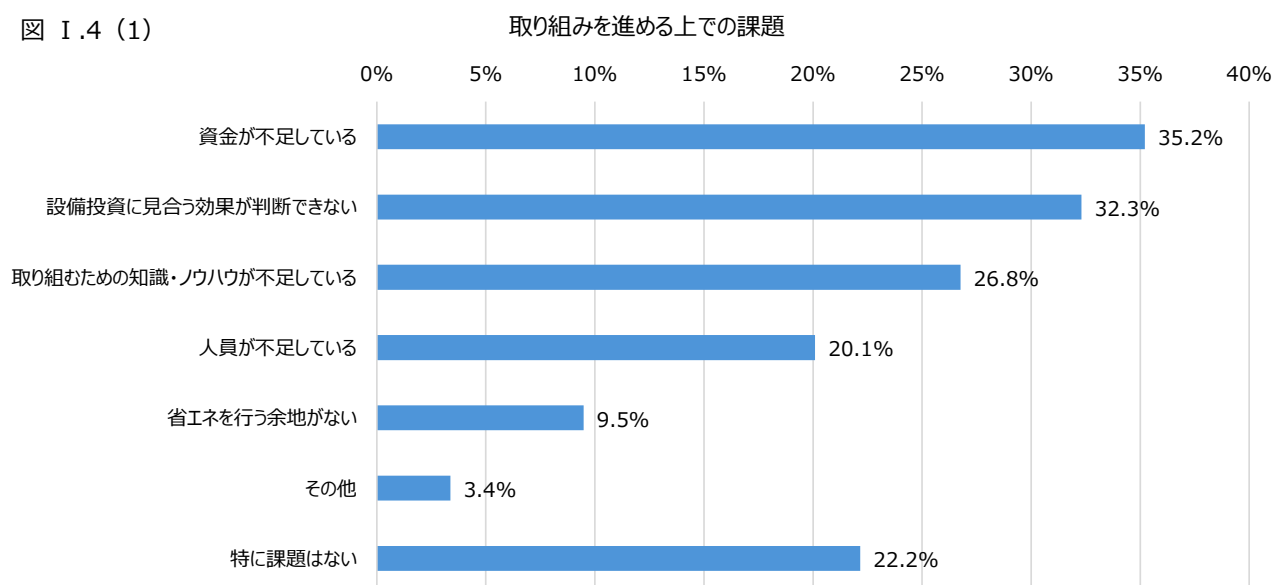
規模別では、大規模は「設備投資に見合う効果が判断できない」（51.0％）の割合が高い。一方、中規模・小規模では、「資金が不足している」（36.8％、35.2％）の割合が高い。

業種別では、製造業（41.0％）・サービス業（34.7％）・小売業（34.6％）・建設業（32.4％）は「資金が不足している」の割合が高い。卸売業（34.0％）は「設備投資に見合う効果が判断できない」の割合が高い。

表 I.4 取り組みを進める上での課題 (n=1,065)

取り組みを進める上での課題	件数	回答率
資金が不足している	375	35.2%
設備投資に見合う効果が判断できない	344	32.3%
取り組むための知識・ノウハウが不足している	285	26.8%
人員が不足している	214	20.1%
省エネを行う余地がない	101	9.5%
その他	36	3.4%
特に課題はない	236	22.2%

図 I.4 (1)



規模別・業種別

図 I.4 (2)

規模別／回答率

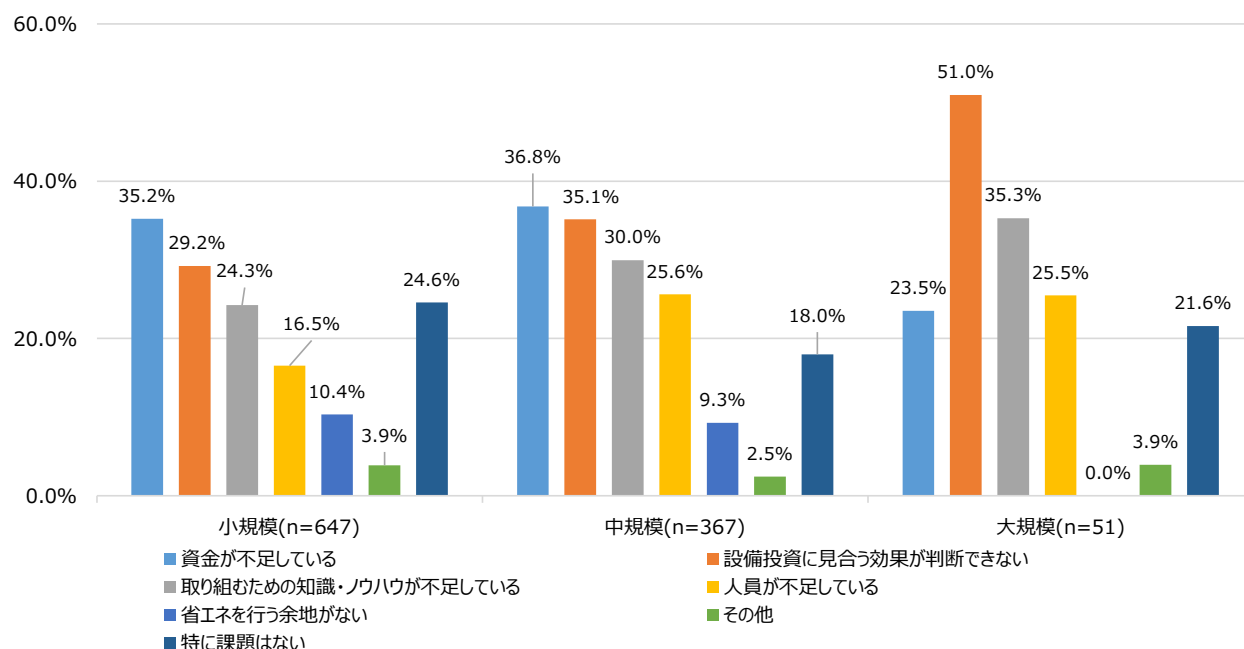
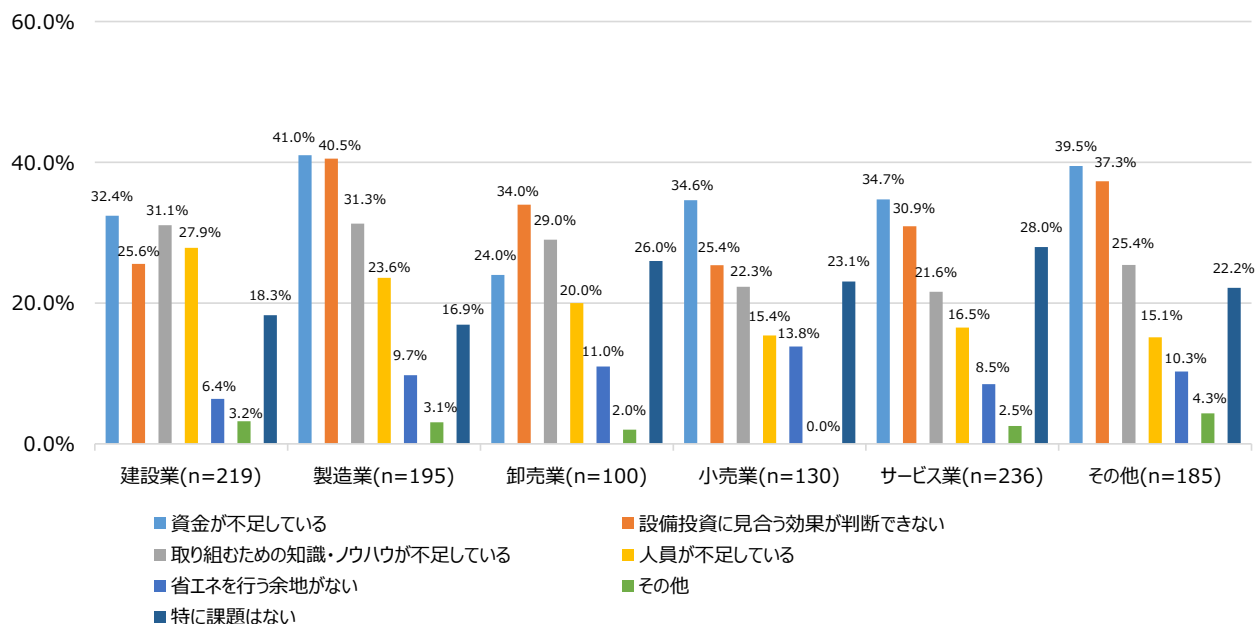


図 I.4 (3)

業種別／回答率



5. 今後省エネを進めるにあたって期待する支援（複数回答）

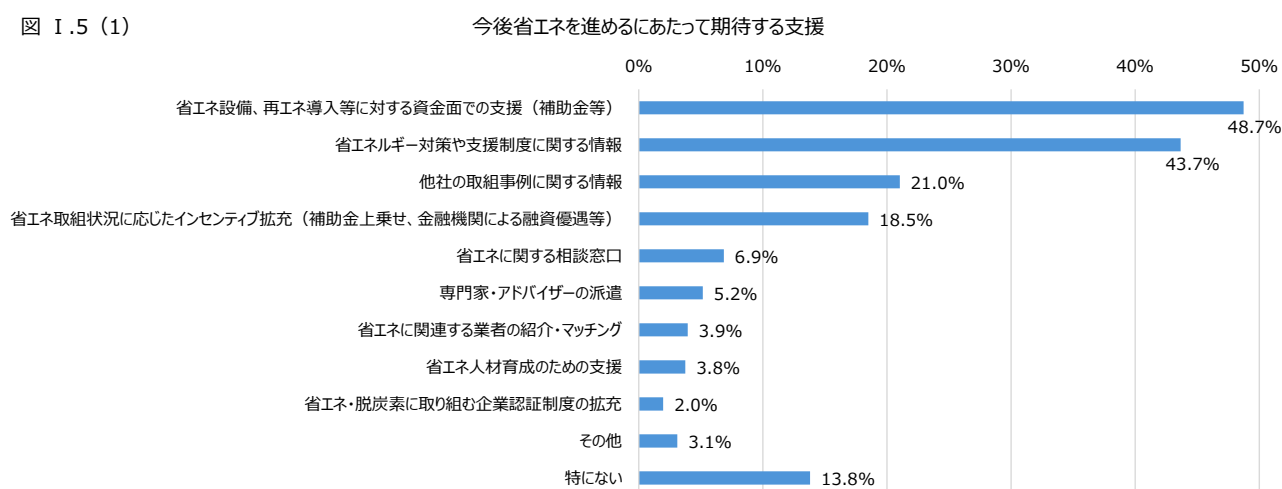
今後省エネを進めるにあたって期待する支援は、「省エネ設備・再エネ導入等に対する資金面での支援（補助金等）」（48.7%）の割合が最も高く、「省エネルギー対策や支援制度に関する情報」（43.7%）、「他社の取組事例に関する情報」（21.0%）と続いている。

規模別・業種別ともに、「省エネ設備、再エネ導入等に対する資金面での支援（補助金等）」（48.7%）の割合が最も高い。次いで、「省エネルギー対策や支援制度に関する情報」（43.7%）と続いている。

表 I.5 今後省エネを進めるにあたって期待する支援 (n=1,065)

今後省エネを進めるにあたって期待する支援	件数	回答率
省エネ設備、再エネ導入等に対する資金面での支援（補助金等）	519	48.7%
省エネルギー対策や支援制度に関する情報	465	43.7%
他社の取組事例に関する情報	224	21.0%
省エネ取組状況に応じたインセンティブ拡充 （補助金上乘せ、金融機関による融資優遇等）	197	18.5%
省エネに関する相談窓口	73	6.9%
専門家・アドバイザーの派遣	55	5.2%
省エネに関連する業者の紹介・マッチング	42	3.9%
省エネ人材育成のための支援	40	3.8%
省エネ・脱炭素に取り組む企業認証制度の拡充	21	2.0%
その他	33	3.1%
特にない	147	13.8%

図 I.5 (1)



規模別・業種別

図 I.5 (2)

規模別／回答率

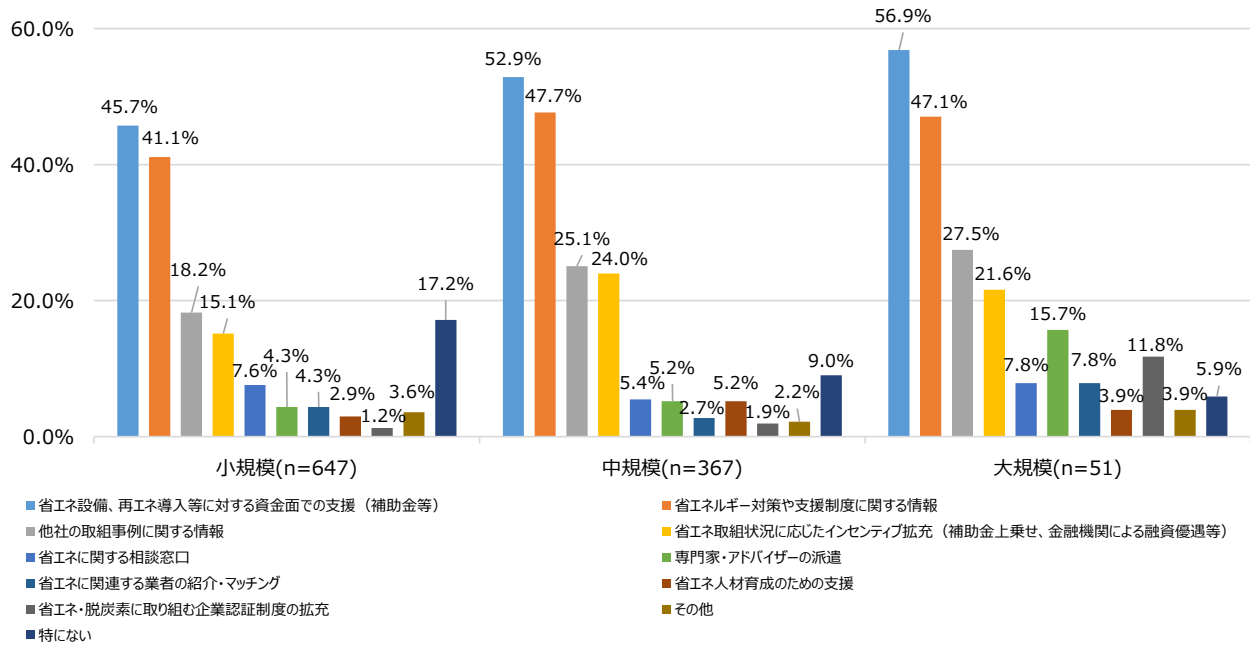
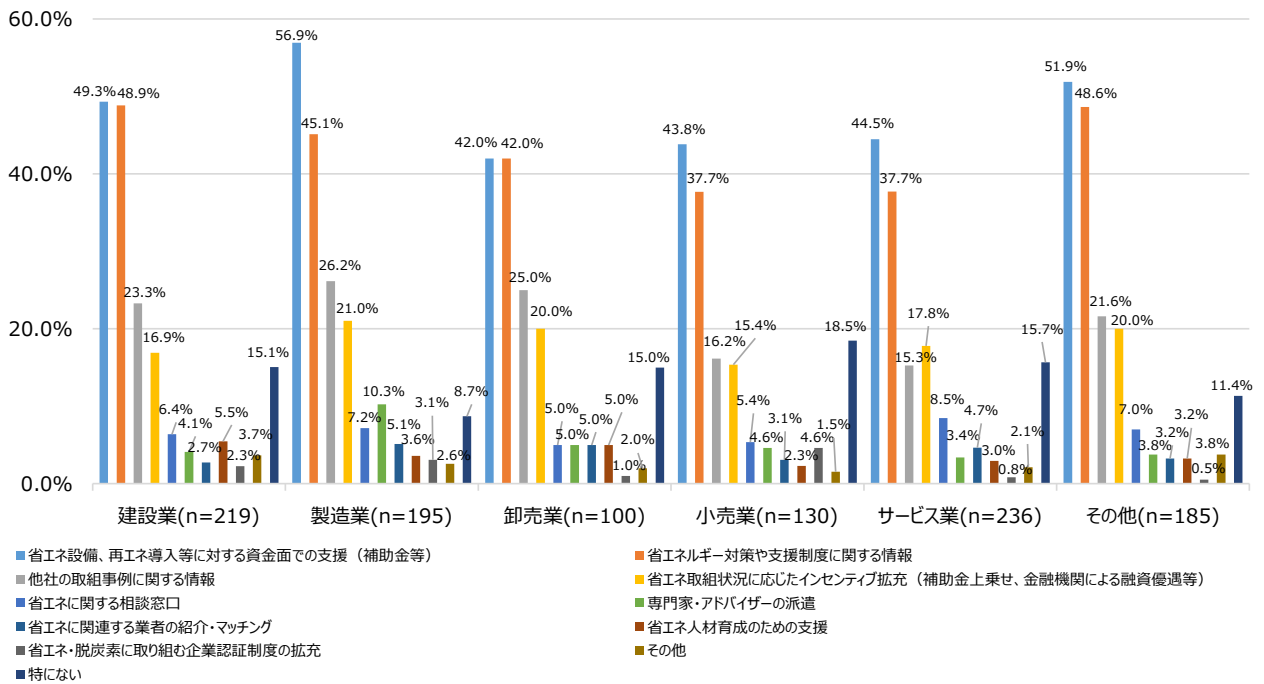


図 I.5 (3)

業種別／回答率



デジタル技術活用による省力化

1. 実施しているデジタル化への取り組み（複数回答）

実施しているデジタル化への取り組みについては、「会計・経理処理のデジタル化」（41.6%）の割合が最も高く、「文書の電子化・ペーパーレス化」（37.1%）、「社内の情報共有・コミュニケーション活性化」（20.6%）と続いている。「取り組んでいない」の割合は、21.4%。

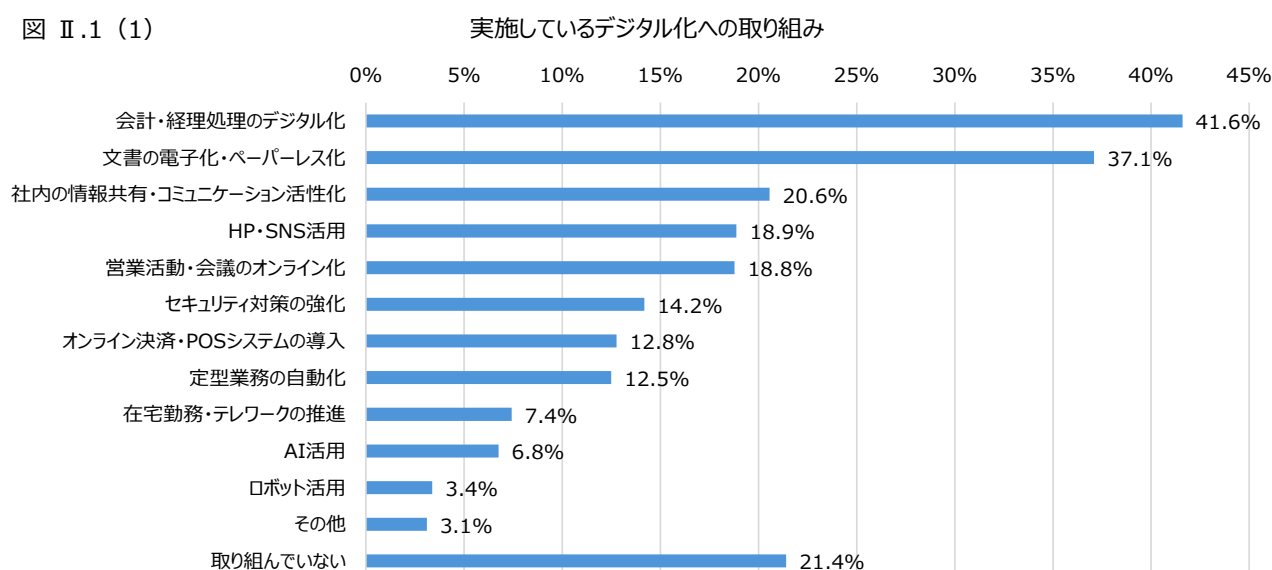
規模別では、大規模では多くの分野でデジタル技術を活用していることがうかがえる。小規模では、「会計・経理処理のデジタル化」（34.9%）、「文書の電子化・ペーパーレス化」（30.4%）をはじめ、全体的に低い割合に留まっている。

業種別では、「会計・経理処理のデジタル化」や「文書の電子化・ペーパーレス化」が多くの業種で高い割合になっている。また、「ロボット活用」は「製造業」（10.8%）において他の業種より特に高くなっている。

表 II.1 実施しているデジタル化への取り組み (n=1,065)

実施しているデジタル化への取り組み	件数	回答率
会計・経理処理のデジタル化	443	41.6%
文書の電子化・ペーパーレス化	395	37.1%
社内の情報共有・コミュニケーション活性化	219	20.6%
HP・SNS活用	201	18.9%
営業活動・会議のオンライン化	200	18.8%
セキュリティ対策の強化	151	14.2%
オンライン決済・POSシステムの導入	136	12.8%
定型業務の自動化	133	12.5%
在宅勤務・テレワークの推進	79	7.4%
AI活用	72	6.8%
ロボット活用	36	3.4%
その他	33	3.1%
取り組んでいない	228	21.4%

図 II.1 (1)



規模別・業種別

図 II.1 (2)

規模別／回答率

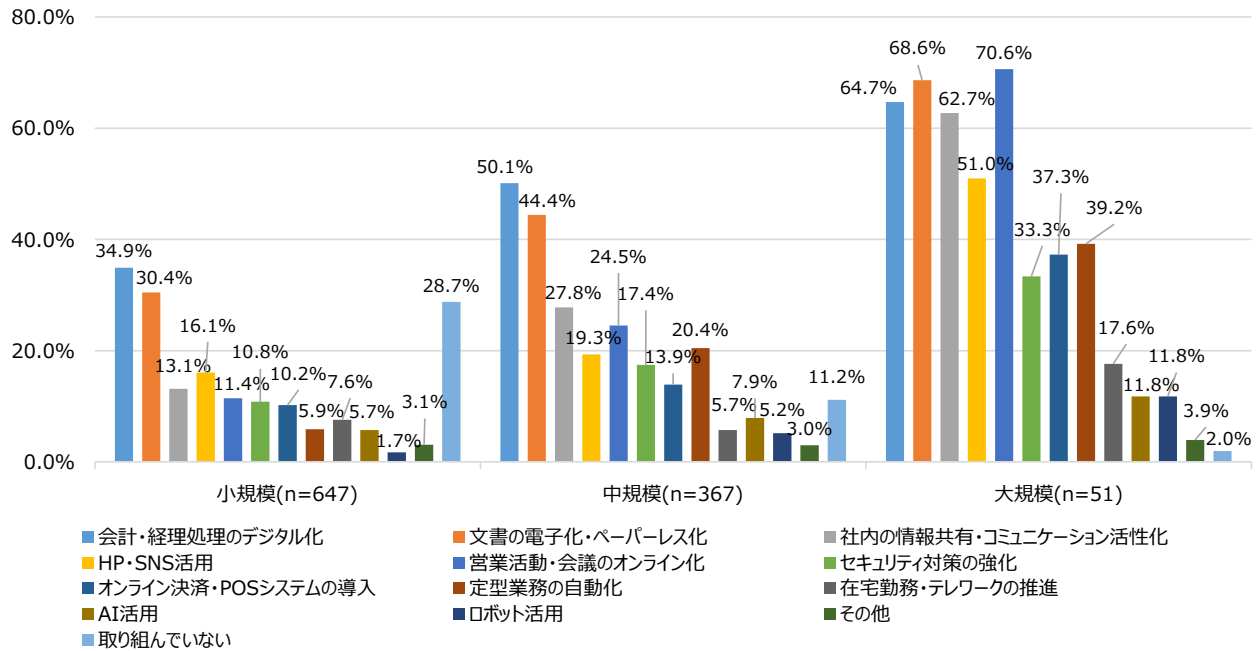
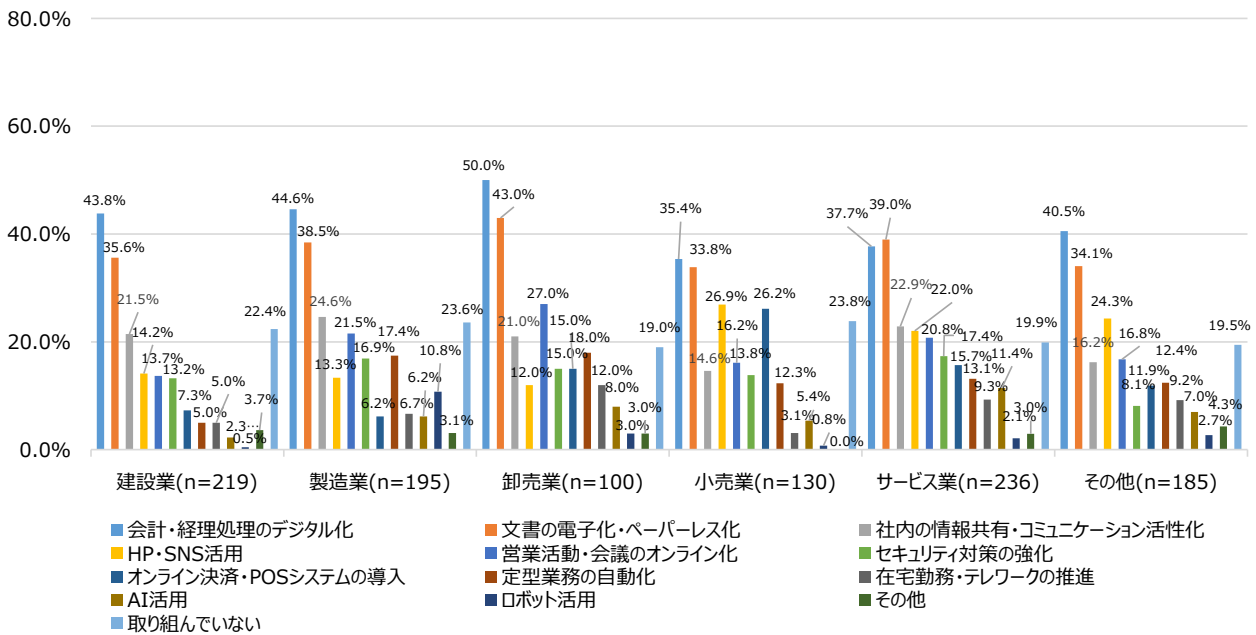


図 II.1 (3)

業種別／回答率



1-2. デジタル化に取り組んだ目的（複数回答）

（「1. 実施しているデジタル化への取り組み」の設問で、「選択肢1～12」のいずれかを回答した方（837件）への質問）

デジタル化に取り組んだ目的については、「コスト削減」（48.9%）の割合が最も高く、「働き方改革への対応」（38.8%）、「人手不足対策」（36.3%）と続いている。

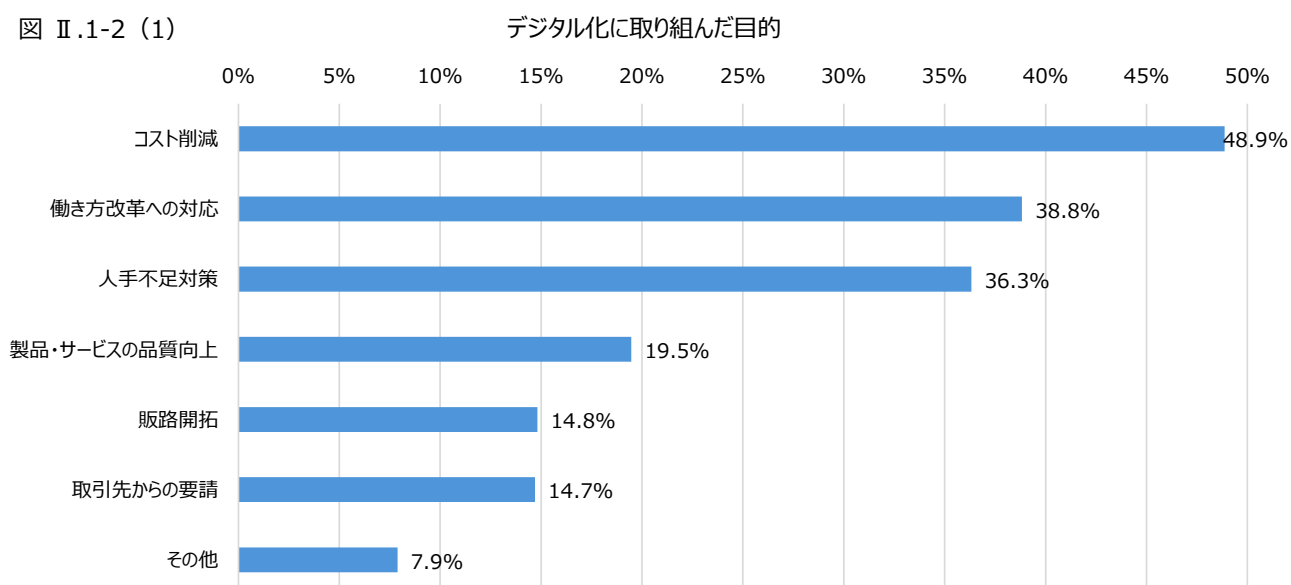
規模別では、大規模では「コスト削減」（72.0%）、「働き方改革への対応」（74.0%）、「人手不足対策」（56.0%）ともに、小規模・中規模に比べて高い割合を示している。小規模では「コスト削減」（48.6%）、中規模では「働き方改革への対応」（48.8%）の割合が最も高い。

業種別では、すべての業種で「会計・経理処理のデジタル化」「文書の電子化・ペーパーレス化」の割合が高くなっている。

表 II.1-2 デジタル化に取り組んだ目的 (n=837)

デジタル化に取り組んだ目的	件数	回答率
コスト削減	409	48.9%
働き方改革への対応	325	38.8%
人手不足対策	304	36.3%
製品・サービスの品質向上	163	19.5%
販路開拓	124	14.8%
取引先からの要請	123	14.7%
その他	66	7.9%

図 II.1-2 (1)



規模別・業種別

図 II.1-2 (2)

規模別／回答率

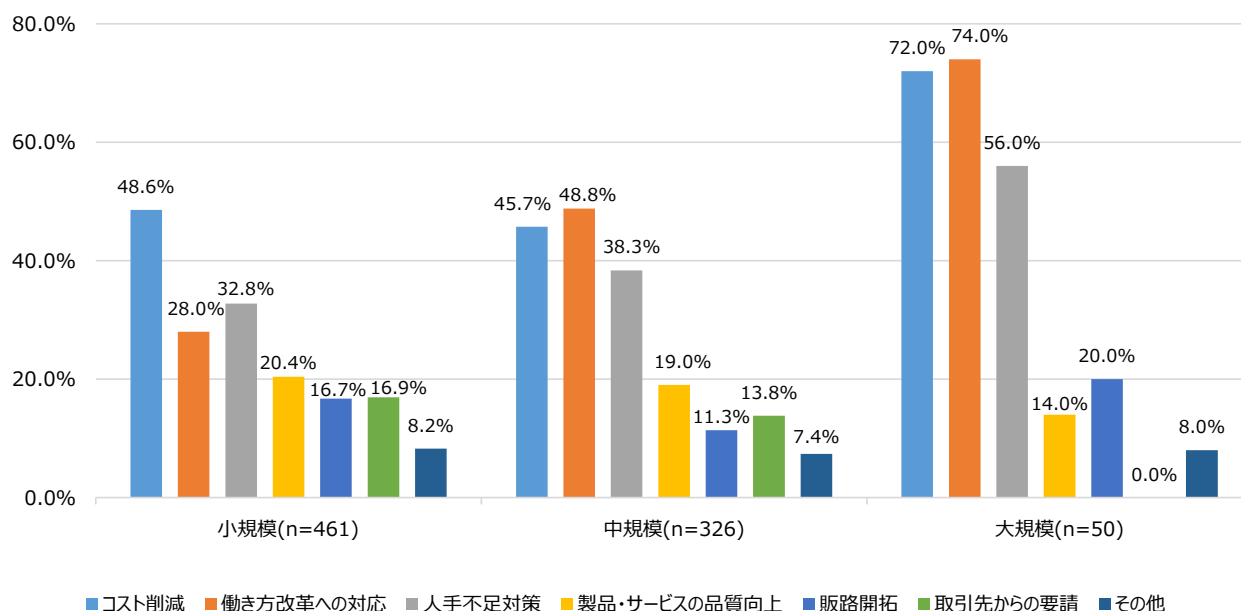
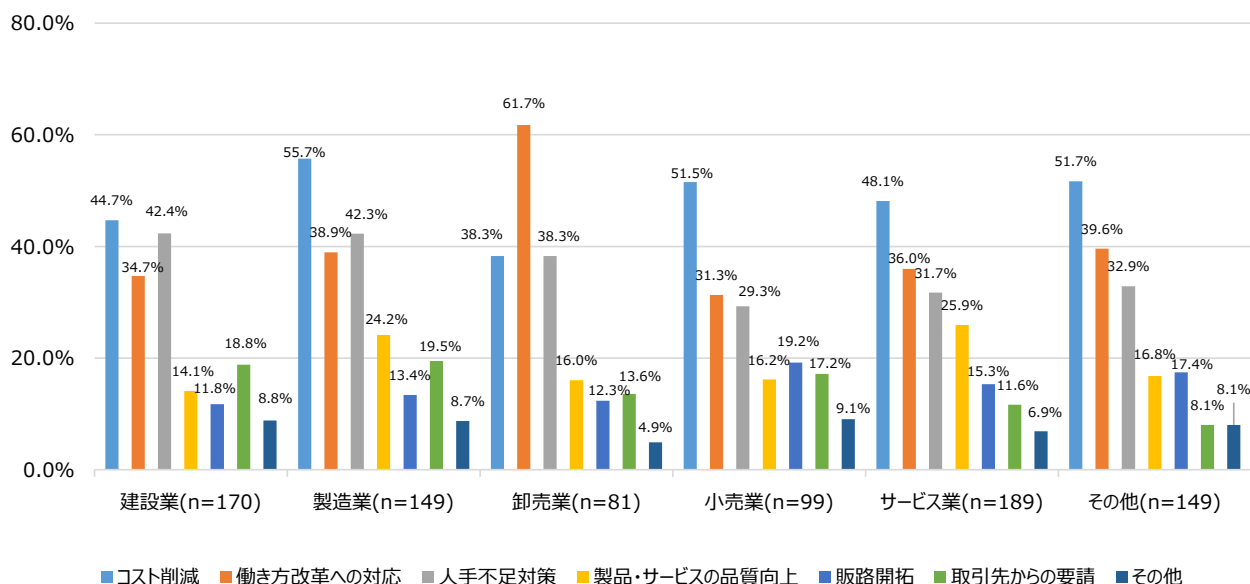


図 II.1-2 (3)

業種別／回答率



2. 今後推進したい・関心のあるデジタル化の取り組み（複数回答）

今後推進したい・関心のあるデジタル化の取り組みについては、「文書の電子化・ペーパーレス化」（37.6％）の割合が最も高く、「定型業務の自動化」（25.0％）、「AI活用」（23.4％）と続いている。

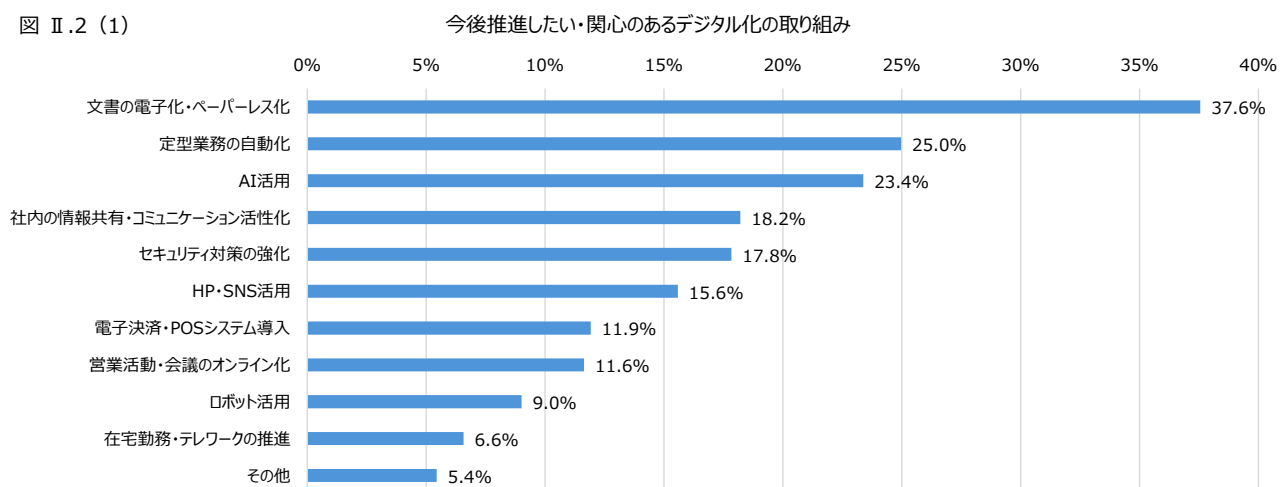
規模別では、大規模において「AI活用」（58.8％）をはじめ、多くの分野に関心が見られている。

業種別では、製造業では「AI活用」（26.2％）、「ロボット活用」（21.5％）が他の業種に比べて高い割合を示している。小売業では「電子決済・POSシステム導入」（18.5％）が他の業種に比べて高い割合を示している。

表 II.2 今後推進したい・関心のあるデジタル化の取り組み (n=1,065)

今後推進したい・関心のあるデジタル化の取り組み	件数	回答率
文書の電子化・ペーパーレス化	400	37.6%
定型業務の自動化	266	25.0%
AI活用	249	23.4%
社内の情報共有・コミュニケーション活性化	194	18.2%
セキュリティ対策の強化	190	17.8%
HP・SNS活用	166	15.6%
電子決済・POSシステム導入	127	11.9%
営業活動・会議のオンライン化	124	11.6%
ロボット活用	96	9.0%
在宅勤務・テレワークの推進	70	6.6%
その他	58	5.4%

図 II.2 (1)



規模別・業種別

図 II.2 (2)

規模別／回答率

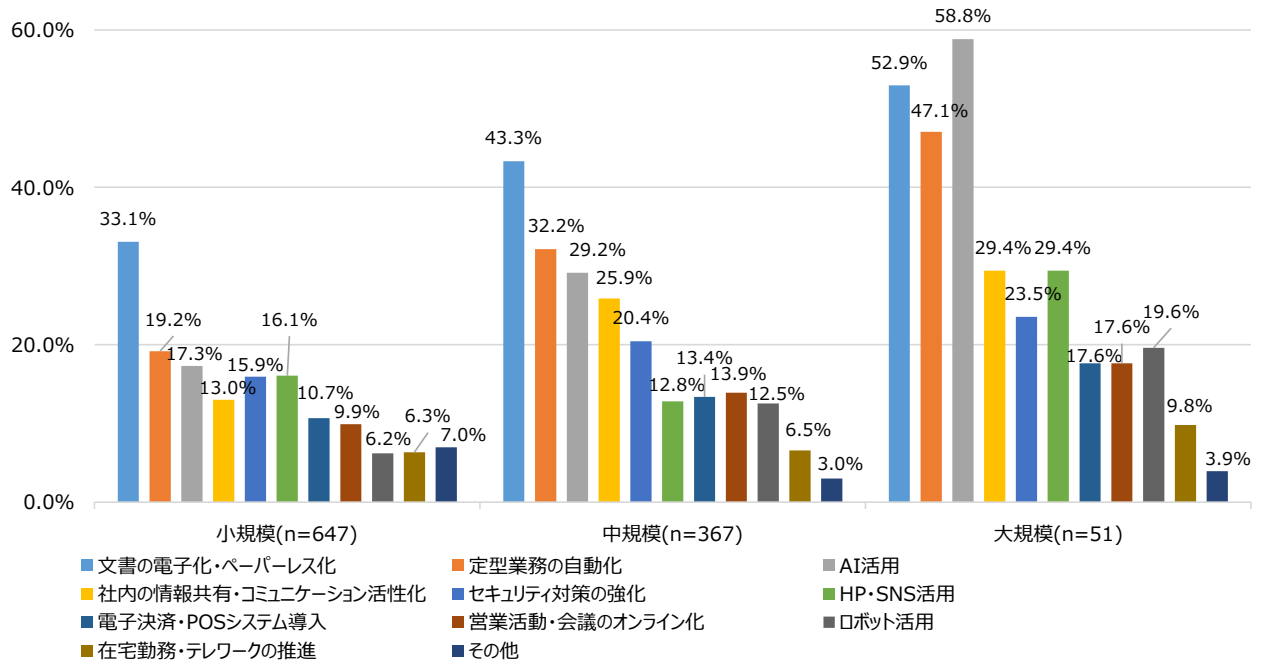
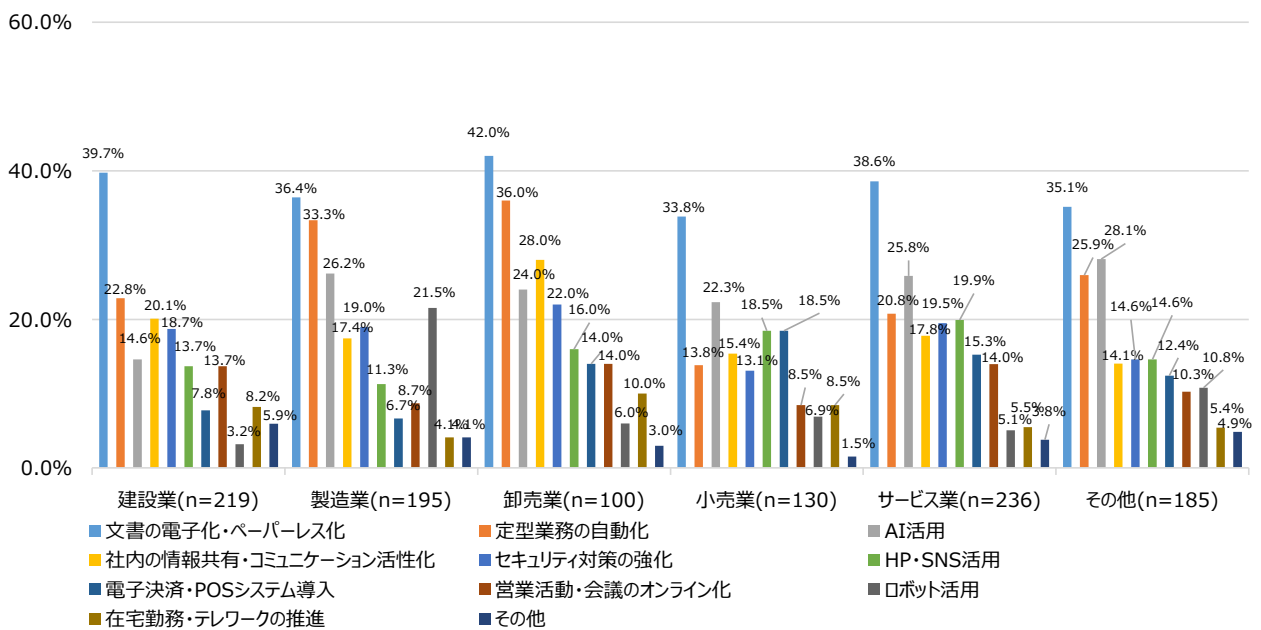


図 II.2 (3)

業種別／回答率



3. 取り組みを進める上での課題（複数回答）

取り組みを進める上での課題については、「取り組むための知識・ノウハウが不足している」（38.9%）の割合が最も高く、「資金が不足している」（33.9%）、「投資に見合う効果が判断できない」（32.6%）と続いている。「特に課題はない」の割合は、16.5%。

規模別では、大規模では「取り組むための知識・ノウハウが不足している」（54.9%）、「投資に見合う効果が判断できない」（45.1%）、「人員が不足している」（43.1%）が小規模・中規模に比べて高い割合を示している。

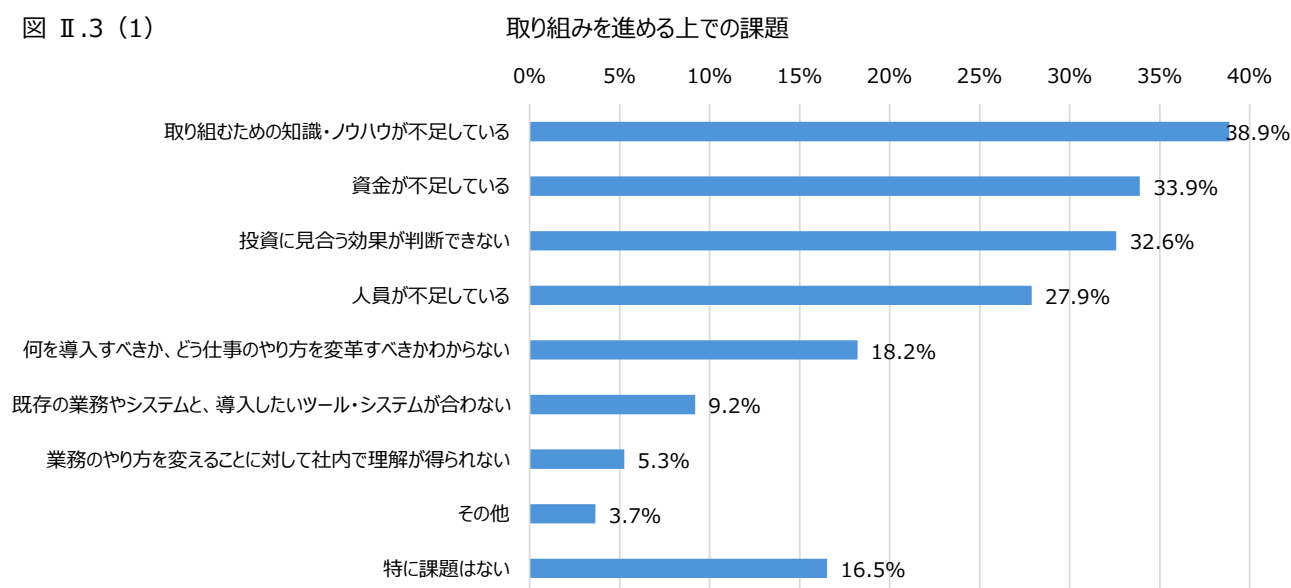
業種別では、卸売業では「投資に見合う効果が判断できない」（45.0%）の割合が最も高く、卸売業以外の業種では「取り組むための知識・ノウハウが不足している」の割合が最も高い。

表 II.3 取り組みを進める上での課題

(n=1,065)

取り組みを進める上での課題	件数	回答率
取り組むための知識・ノウハウが不足している	414	38.9%
資金が不足している	361	33.9%
投資に見合う効果が判断できない	347	32.6%
人員が不足している	297	27.9%
何を導入すべきか、どう仕事のやり方を変革すべきかわからない	194	18.2%
既存の業務やシステムと、導入したいツール・システムが合わない	98	9.2%
業務のやり方を変えることに対して社内で理解が得られない	56	5.3%
その他	39	3.7%
特に課題はない	176	16.5%

図 II.3 (1)



規模別・業種別

図 II.3 (2)

規模別／回答率

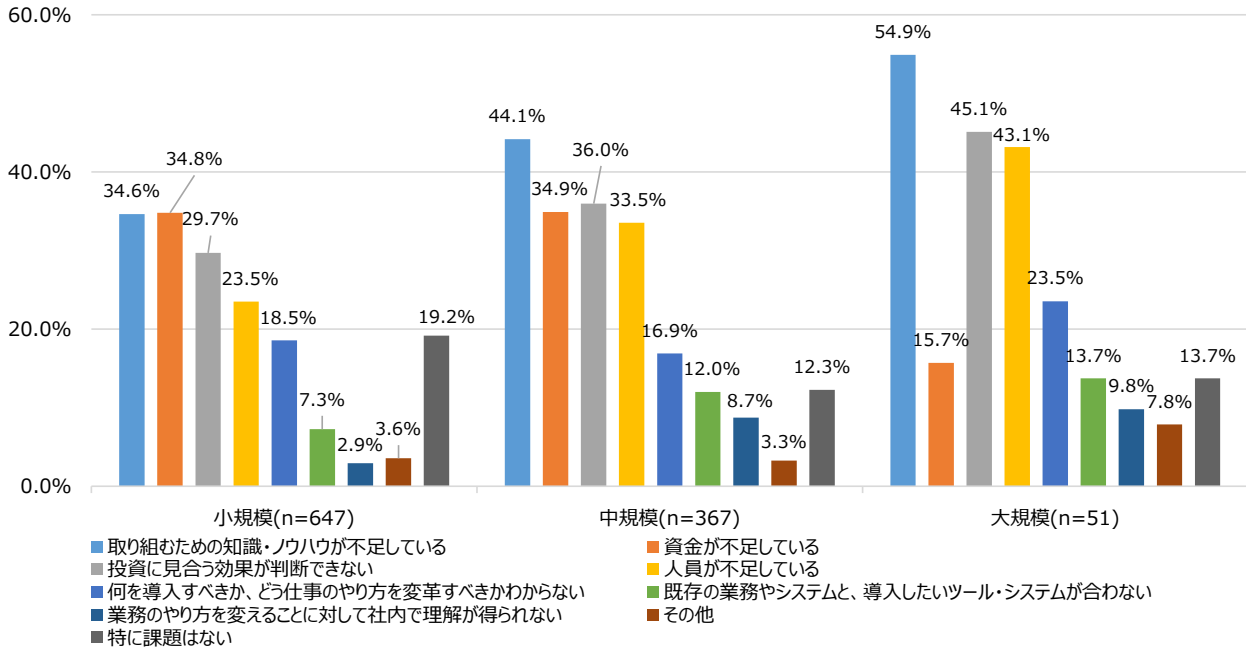
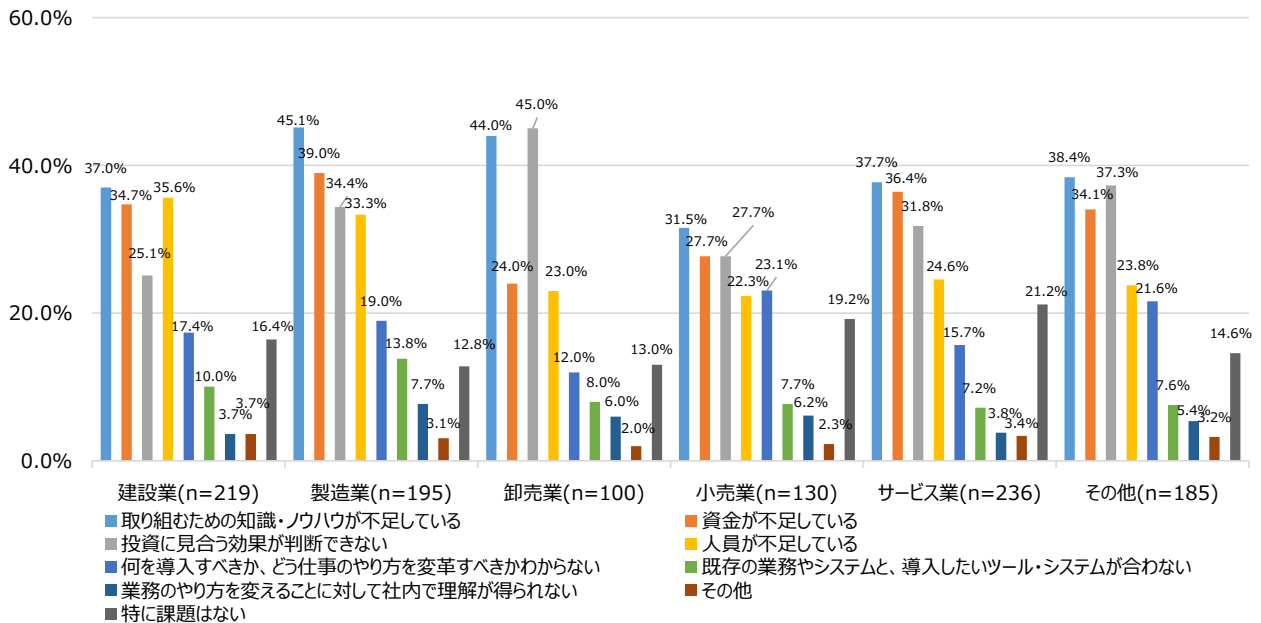


図 II.3 (3)

業種別／回答率



4. 今後デジタル化に取り組む上で期待する支援（複数回答）

今後デジタル化に取り組む上で期待する支援については、「デジタル化推進や支援制度に関する情報」（46.0%）の割合が最も高く、「投資に対する資金面での支援（補助金等）」（43.5%）、「他社の取組事例に関する情報」（25.2%）と続いている。「特になし」の割合は、19.3%。

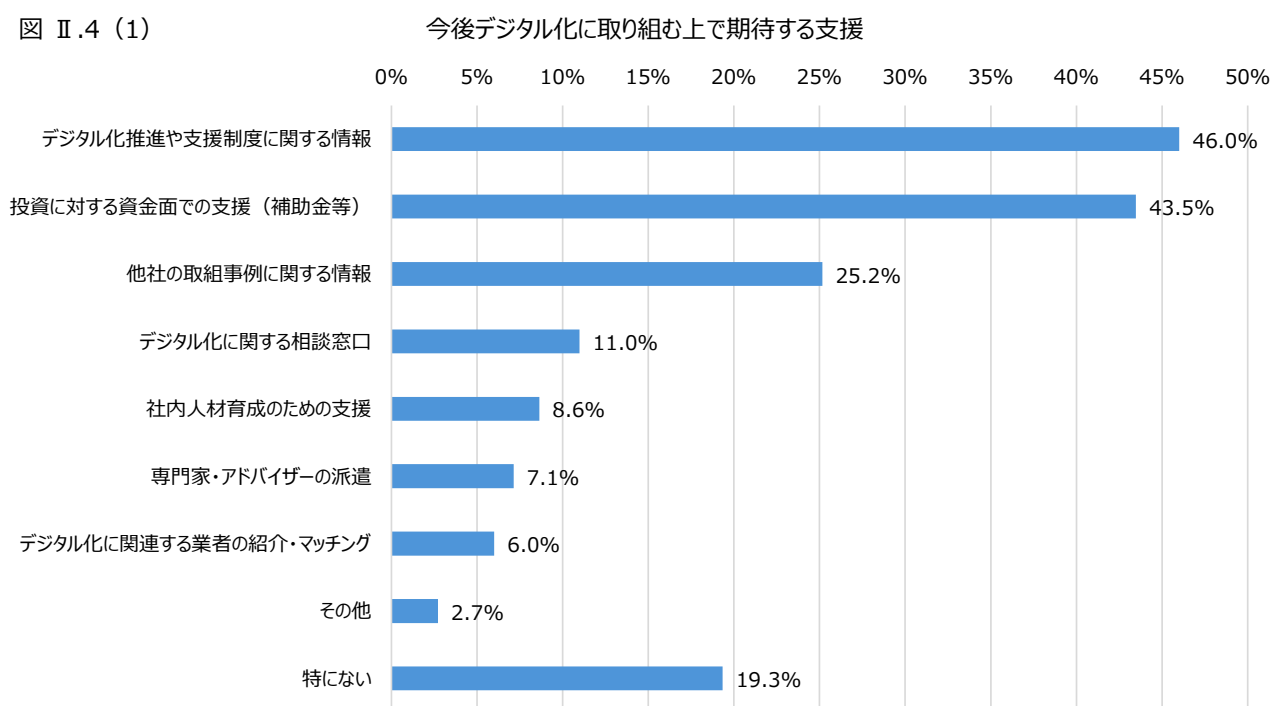
規模別では、小規模では「デジタル化推進や支援制度に関する情報」（43.9%）、中規模では「投資に関する資金面での支援」（50.4%）、大規模では「他社の取組事例に関する情報」（51.0%）の割合が最も高い。

業種別では、「投資に対する資金面での支援」は、「製造業」（49.7%）「サービス業」（43.6%）において割合が最も高く、それ以外の業種では「デジタル化推進や支援制度に関する情報」の割合が最も高い。

表 II.4 今後デジタル化に取り組む上で期待する支援 (n=1,065)

今後デジタル化に取り組む上で期待する支援	件数	回答率
デジタル化推進や支援制度に関する情報	490	46.0%
投資に対する資金面での支援（補助金等）	463	43.5%
他社の取組事例に関する情報	268	25.2%
デジタル化に関する相談窓口	117	11.0%
社内人材育成のための支援	92	8.6%
専門家・アドバイザーの派遣	76	7.1%
デジタル化に関連する業者の紹介・マッチング	64	6.0%
その他	29	2.7%
特になし	206	19.3%

図 II.4 (1)



規模別・業種別

図 II.4 (2)

規模別／回答率

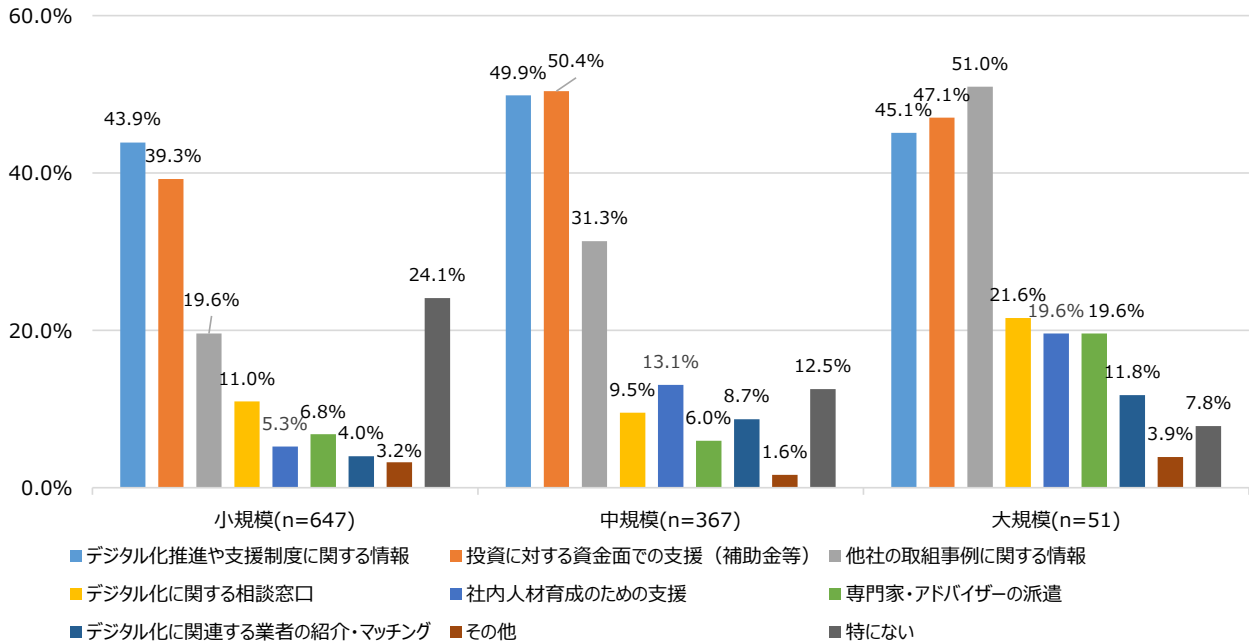
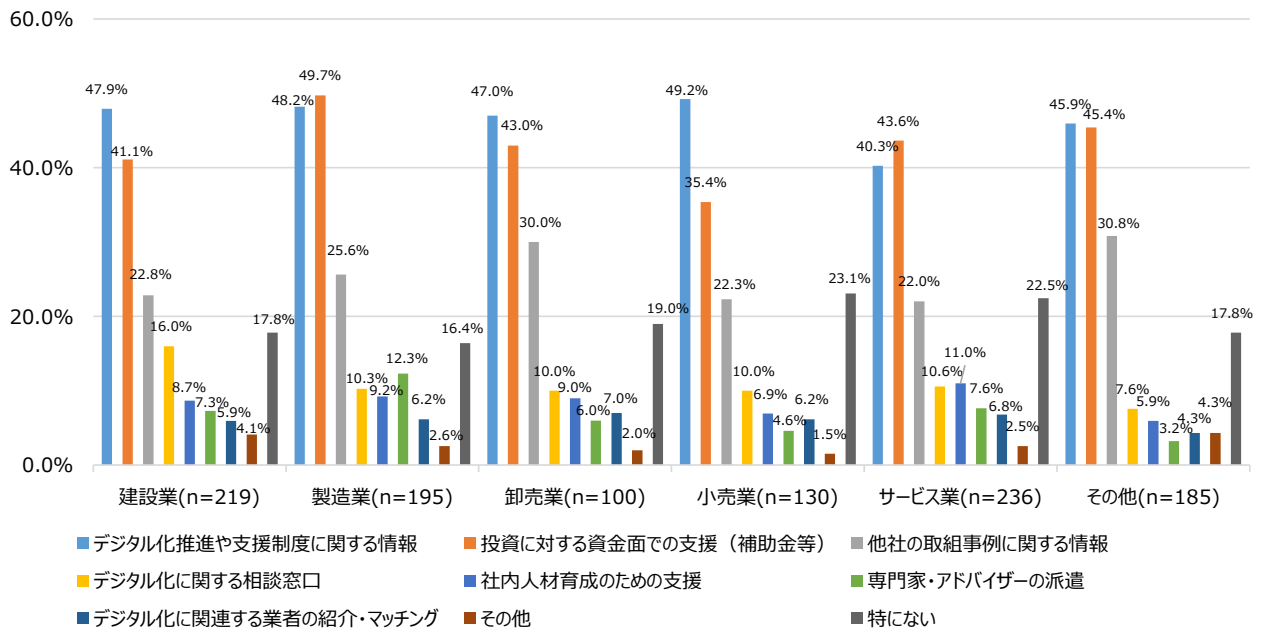


図 II.4 (3)

業種別／回答率



5. 自社で提供している省力化に関連する製品・サービス

自社で提供している省力化に関連する製品・サービスについては、「ある」と回答した割合は 5.7% だった。

規模別では、中規模は、小規模・大規模に比べて「ある」(6.6%) の割合が高い。

業種別では、卸売業が「ある」(10.0%) の割合が最も高い。

図 II.5 (1) 自社で提供している省力化に関連する
製品・サービスの有無

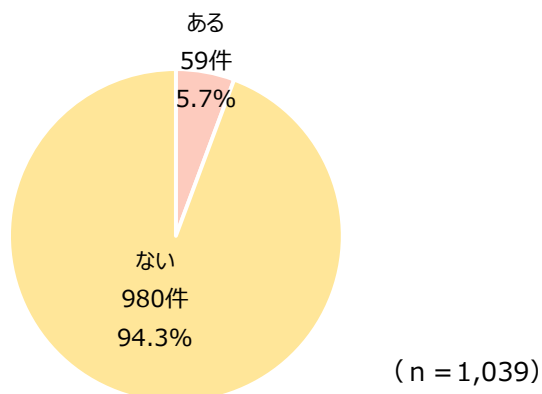


図 II.5 (2)

規模別／構成比

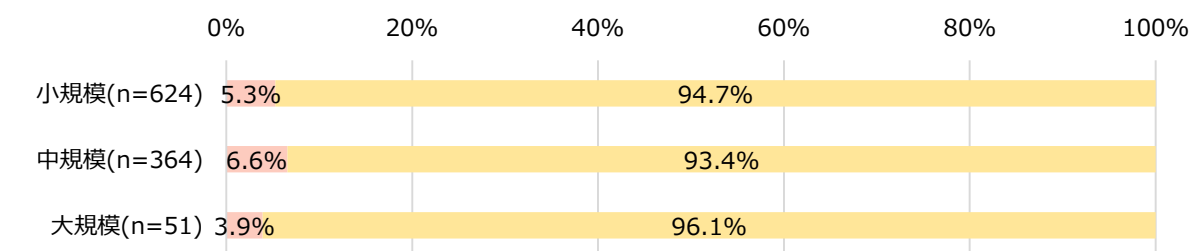
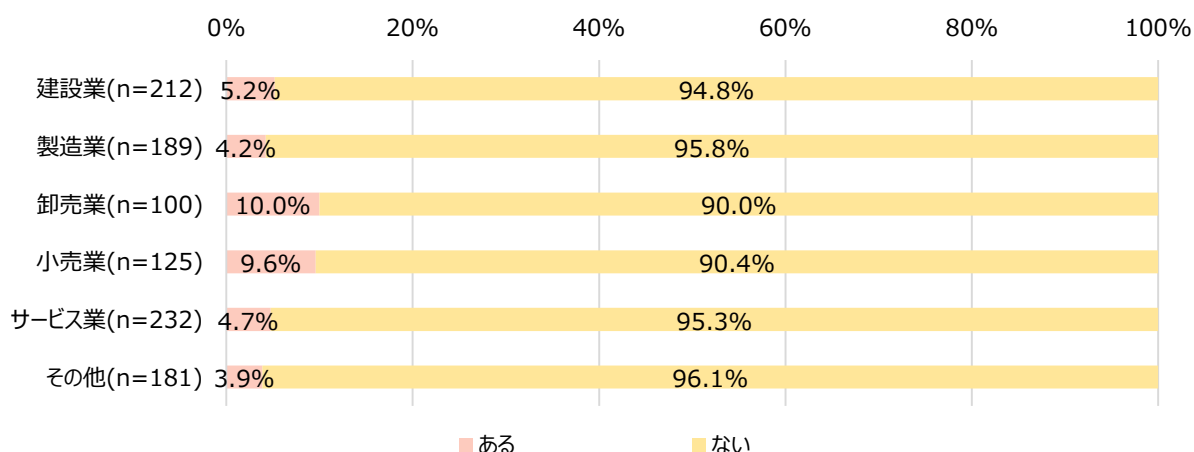


図 II.5 (3)

業種別／構成比



5-2. 自社で提供している省力化に関連する製品・サービスの内容

(「5. 自社で提供している省力化に関連する製品・サービス」の設問で、「ある」と回答した方(59件)への質問)

No	規模	業種	記述内容
1	中規模	製造業	農業用作業機
2	中規模	卸売業	ロボット
3	大規模	製造業	オープン出納システム、レジ釣銭機
4	小規模	製造業	パワー半導体
5	中規模	製造業	ホームページ、SNS活用提供
6	小規模	製造業	ロボット sler
7	中規模	サービス業	フォークリフト建設機械
8	中規模	小売業	在庫管理、売上管理、集金システム(カード、ペイペイ、現金)などの一括対応
9	中規模	サービス業	LiDAR(写真測量を用いた測量技術サービス)
10	小規模	医療・福祉	クラウドシステム

資源の有効利用（サーキュラーエコノミー）

1. サーキュラーエコノミー（循環経済）への認知度

サーキュラーエコノミー（循環経済）への認知度については、「今回のアンケートで初めて知った」が56.2%となっており、言葉自体を知らなかった事業者が過半数を占めている。

規模別では、「今回のアンケートで初めて知った」の割合は小規模で62.0%、中規模で50.7%となっており、大規模の22.0%と比べて高い（認知度が低い）。

業種別では、建設業（66.2%）で「今回のアンケートで初めて知った」の割合が最も高い。

図 Ⅲ.1 (1) サーキュラーエコノミー（循環経済）への認知度

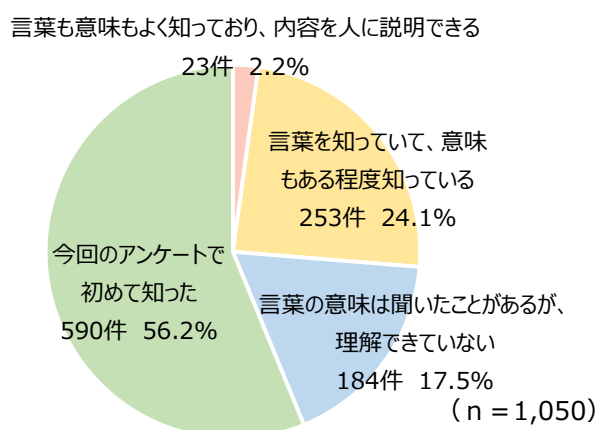


図 Ⅲ.1 (2)

規模別／構成比

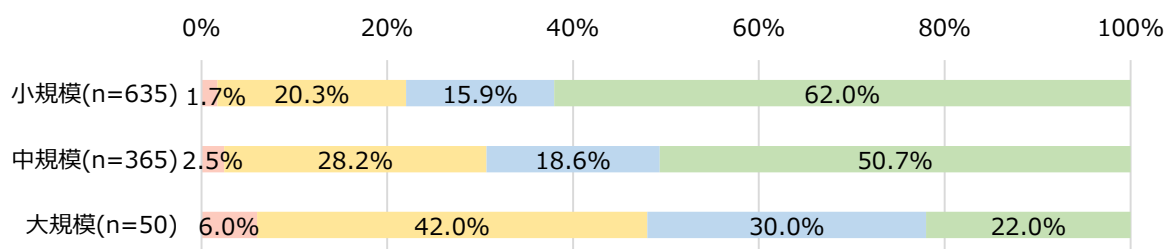
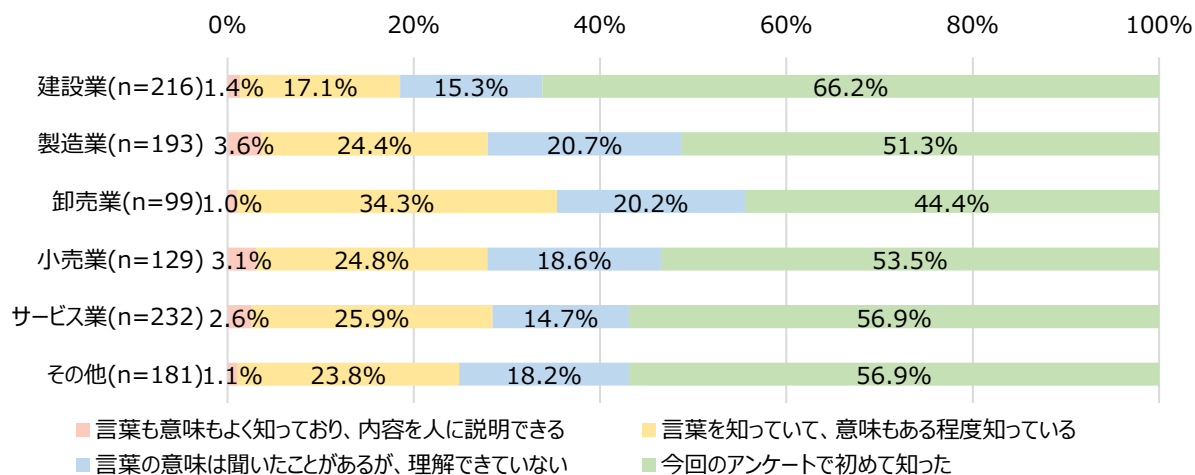


図 Ⅲ.1 (3)

業種別／構成比



2. サーキュラーエコノミーは、今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組みだと思いますか？

サーキュラーエコノミーは、今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組みについては、「とてもそう思う」（15.0%）、「ややそう思う」（43.5%）を合わせると 58.5%となっている。

規模別では、大規模において「とてもそう思う」（30.0%）、「ややそう思う」（58.0%）の割合が特に高くなっている。

業種別では、「とてもそう思う」「ややそう思う」を合わせた割合は、「小売業」（67.4%）「製造業」（64.9%）「卸売業」（62.9%）が他の業種と比べて高い。

図 Ⅲ.2 (1) サーキュラーエコノミーは、今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組みだと思いますか？

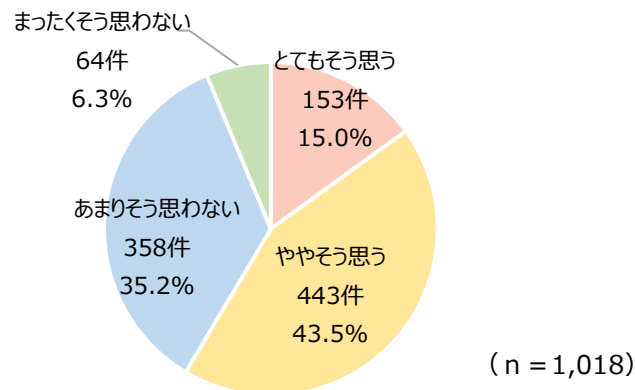


図 Ⅲ.2 (2) 規模別／構成比

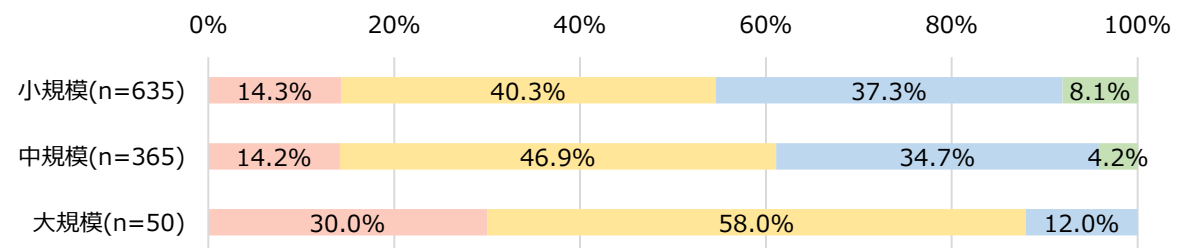
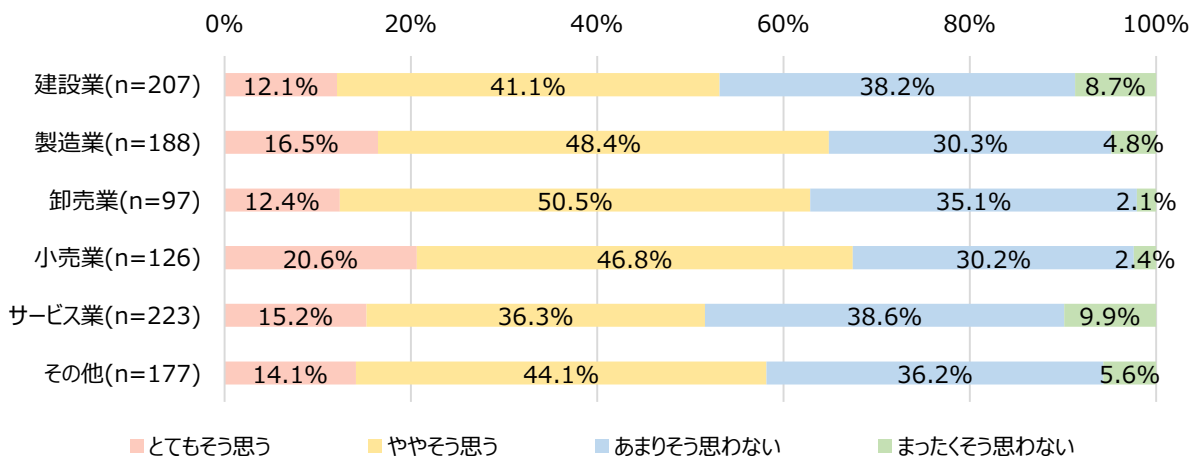


図 Ⅲ.2 (3) 業種別／構成比



2-2. 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由（複数回答）

（「2. 今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組みだと思いませんか？」の設問で、「とても思う」「やや思う」と回答した方（596件）への質問）

「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由については、「環境・社会・経済の持続性の観点」「企業の社会的責任」の割合は「大規模」において特に高くなっている。

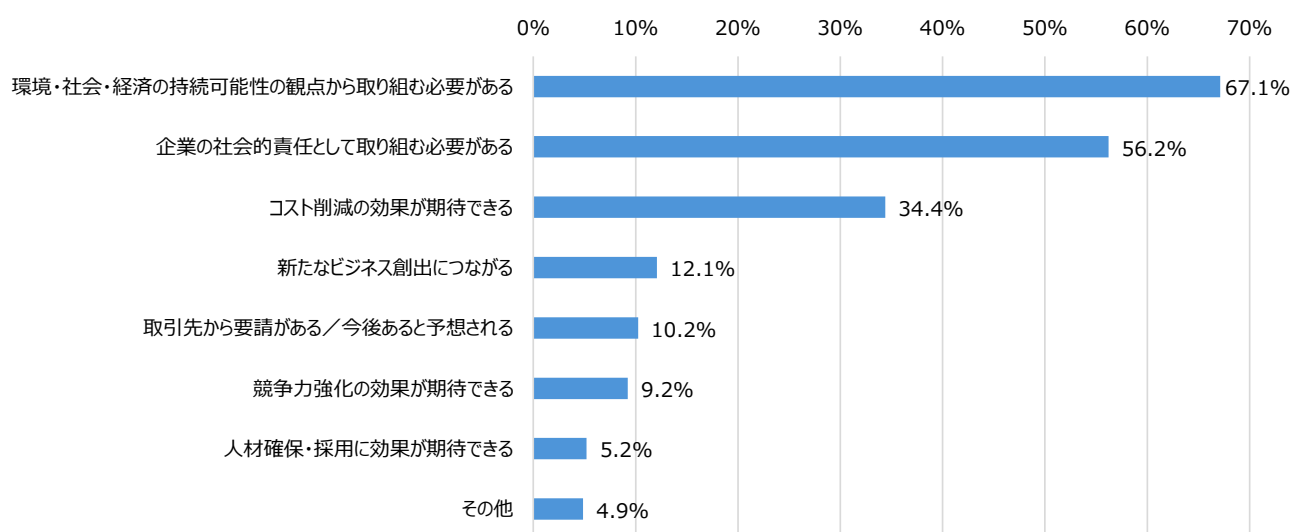
規模別では、「新たなビジネス創出」の割合は、「大規模」（4.5%）よりも「小規模」（14.5%）、「中規模」（10.0%）の方が高くなっている。「コスト削減の効果」の割合は、「小規模」（40.1%）と「大規模」（40.9%）で高くなっている。

業種別では、すべての業種において、全体の集計結果とほぼ同様の傾向となっている。

表 Ⅲ.2-2 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由 (n=596)

「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由	件数	回答率
環境・社会・経済の持続可能性の観点から取り組む必要がある	400	67.1%
企業の社会的責任として取り組む必要がある	335	56.2%
コスト削減の効果が期待できる	205	34.4%
新たなビジネス創出につながる	72	12.1%
取引先から要請がある／今後あると予想される	61	10.2%
競争力強化の効果が期待できる	55	9.2%
人材確保・採用に効果が期待できる	31	5.2%
その他	29	4.9%

図 Ⅲ.2-2 (1) 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由



規模別・業種別

図 Ⅲ.2-2 (2)

規模別／回答率

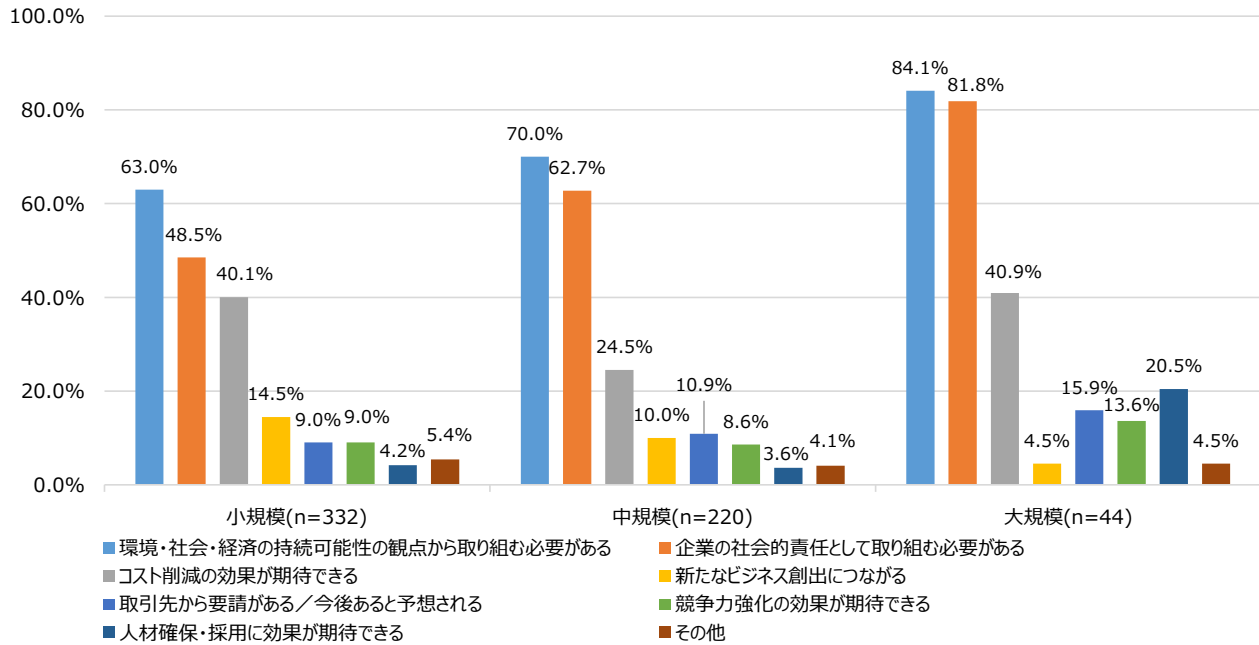
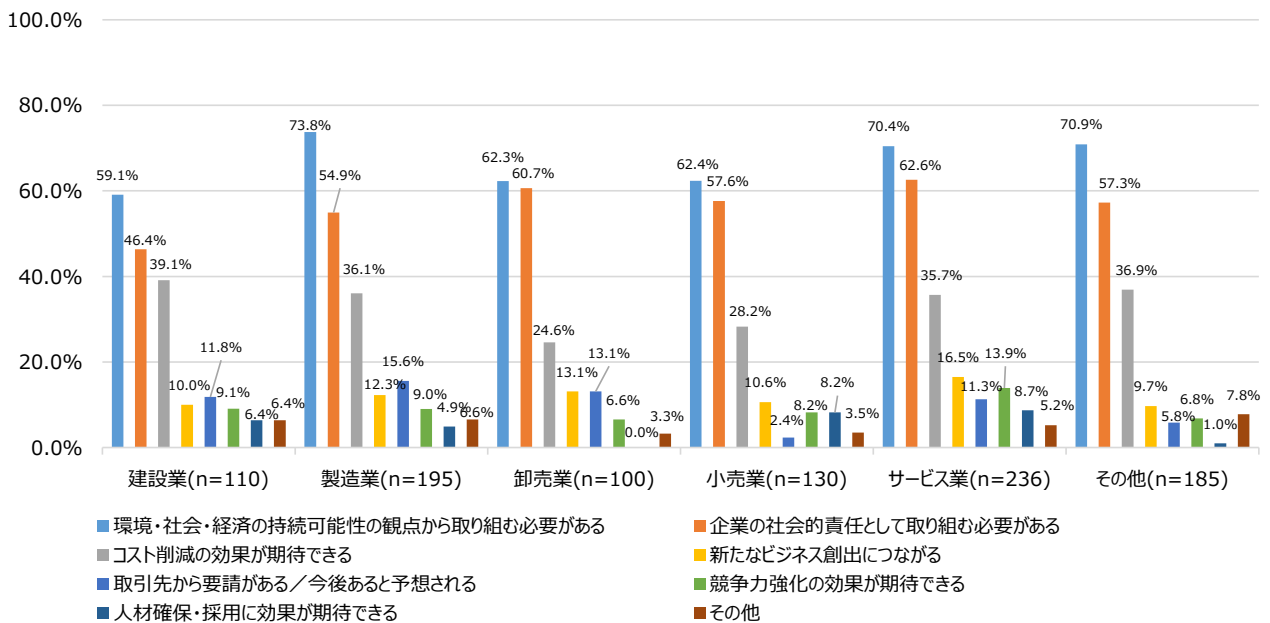


図 Ⅲ.2-2 (3)

業種別／回答率



2-3. 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思わない理由（複数回答）

（「2. 今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組みだと思えますか？」の設問で、「あまりそう思わない」「まったくそう思わない」と回答した方（422件）への質問）

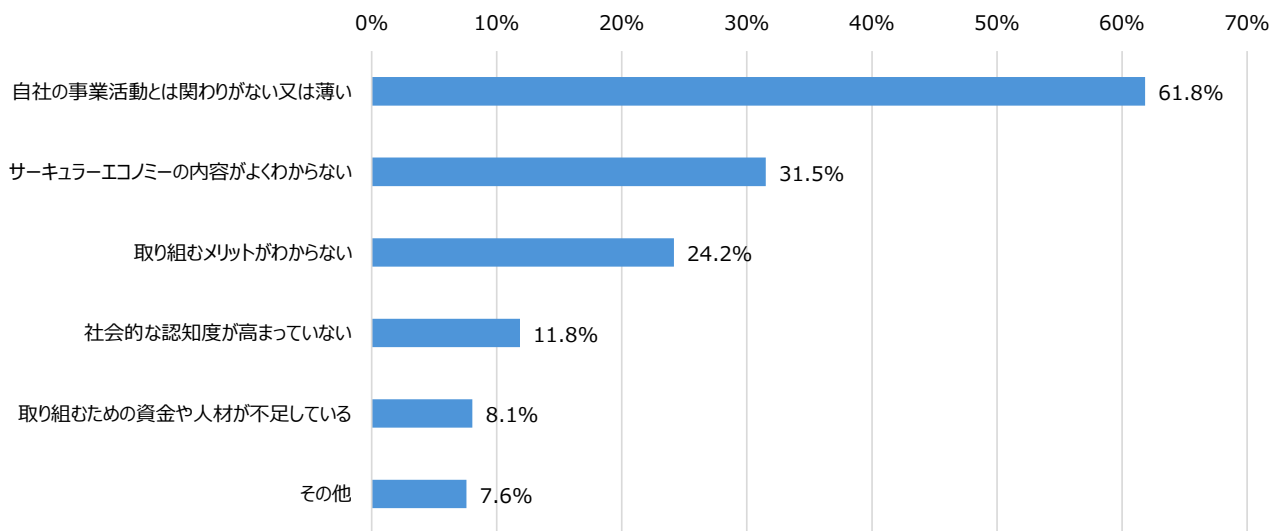
「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」（61.8%）の割合が最も高く、「サーキュラーエコノミーの内容がよくわからない」（31.5%）、「取り組むメリットがわからない」（24.2%）と続いている。

規模別・業種別ともに、「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」の割合が最も高い。

表 Ⅲ.2-3 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思わない理由 (n=422)

「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思わない理由	件数	回答率
自社の事業活動とは関わりがない又は薄い	261	61.8%
サーキュラーエコノミーの内容がよくわからない	133	31.5%
取り組むメリットがわからない	102	24.2%
社会的な認知度が高まっていない	50	11.8%
取り組むための資金や人材が不足している	34	8.1%
その他	32	7.6%

図 Ⅲ.2-3 (1) 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思わない理由



規模別・業種別

図 Ⅲ.2-3 (2)

規模別／回答率

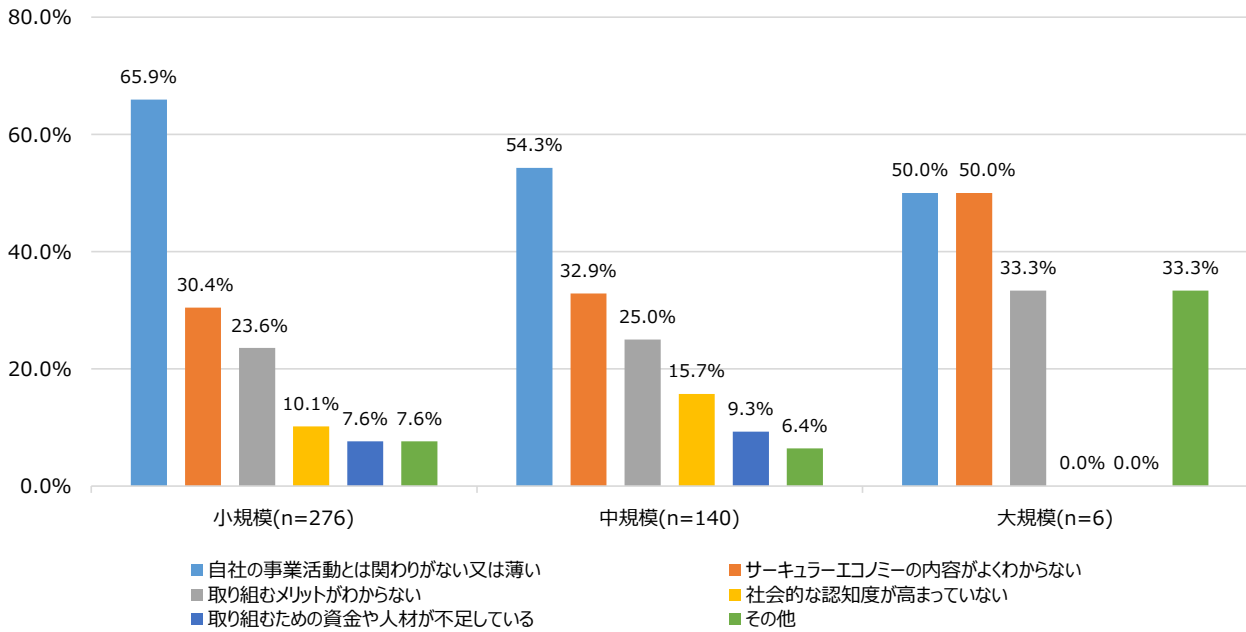
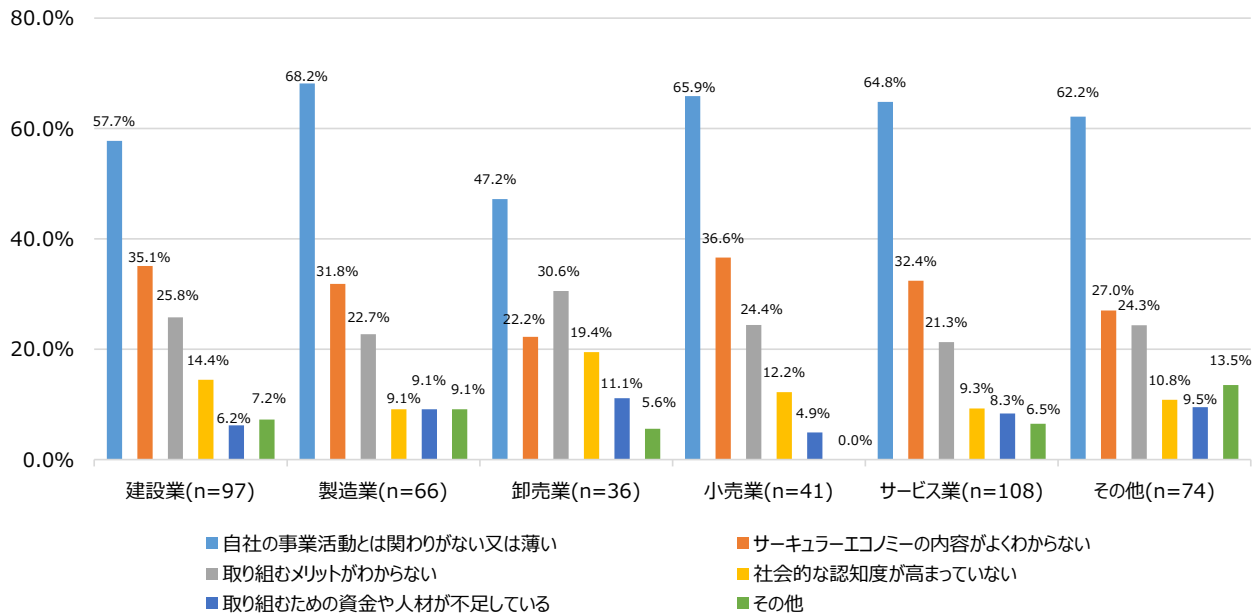


図 Ⅲ.2-3 (3)

業種別／回答率



2-2-2. 新たなビジネス創出につながる内容（自由記述）

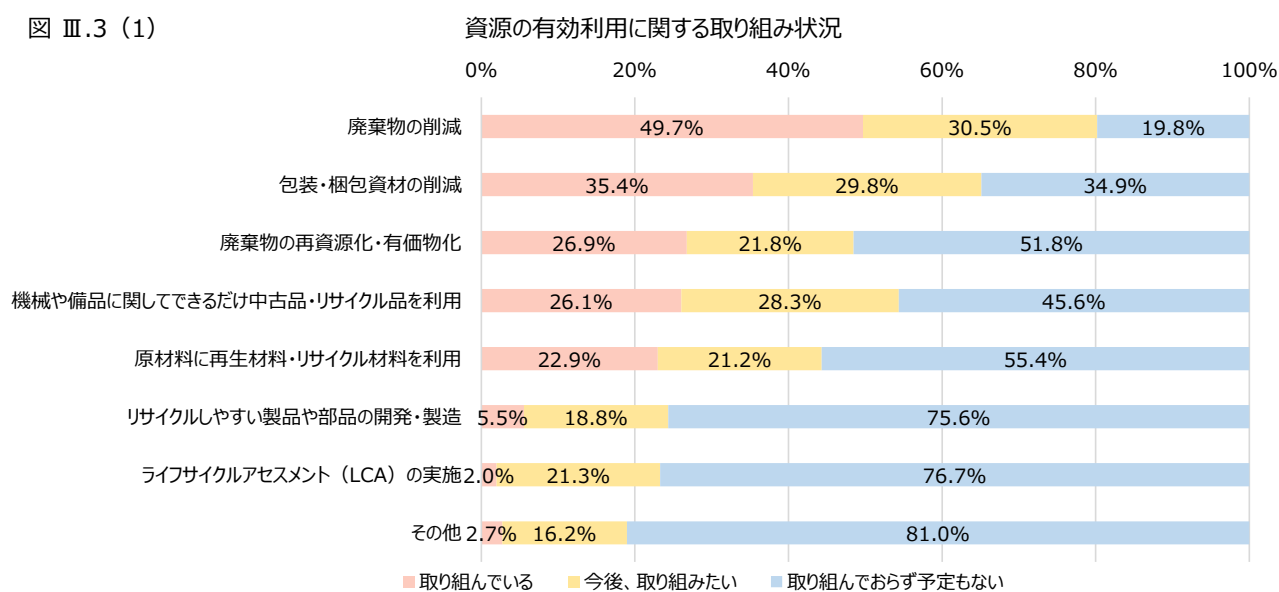
（「2-2. 「今後の事業運営（企業経営）に関わる取り組み」と思った理由」の設問で、「新たなビジネス創出につながる」と回答した方（72 件）への質問）

No	規模	業種	記述内容
1	中規模	製造業	再生原料から機能性商品開発
2	小規模	製造業	ビジネスで自社を選んで頂く動機に「環境に配慮しているかどうか」を基準にされる事が多くなって来ている。
3	中規模	卸売業	廃棄されていた木材の有効活用
4	小規模	製造業	廃棄物の資源化 新商材の創出 農業系の廃棄物のコンポスト化/肥料化
5	小規模	製造業	廃棄されたものを再利用できればムダがなくなる（エサ、動物）
6	中規模	卸売業	取引先の取組による新たな設備投資期待
7	中規模	卸売業	製造工程がかわってくると考えられるので新しいニーズが増えてくる
8	中規模	サービス業	FRP製タンクの再製 更新時期の延長（排出ガス減少）タンクの新設のコストの約 8 分の 1 で延命が可能
9	小規模	サービス業	飲食の廃棄と再活用、再販売
10	中規模	卸売業	当社の場合は、廃棄している青果物も多いのでなんらかの形で付加価値をつけて他社へ販売したい
11	小規模	サービス業	バイオマス発電に、食品又は食料廃棄物の活用
12	小規模	製造業	廃棄物の再生
13	小規模	飲食・宿泊業	食器のリサイクルを押し出して売りにする。

3. 資源の有効利用に関する取り組み状況

資源の有効利用に関する取り組みについては、「取り組んでいる」の割合が最も高いのは「廃棄物の削減」(49.7%)、続いて「包装・梱包資材の削減」(35.4%)が高くなっている(「取り組んでいる」35.4%、「今後、取り組みたい」29.8%)。コスト削減に関する項目が上位2位となっている。

図 Ⅲ.3 (1)



3-2. 再生材料・リサイクル材料として使用している原材料

（「3. 資源の有効利用に関する取り組み状況」の設問で、「原材料に再生材料・リサイクル材料を使用」に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」と回答した方への質問）

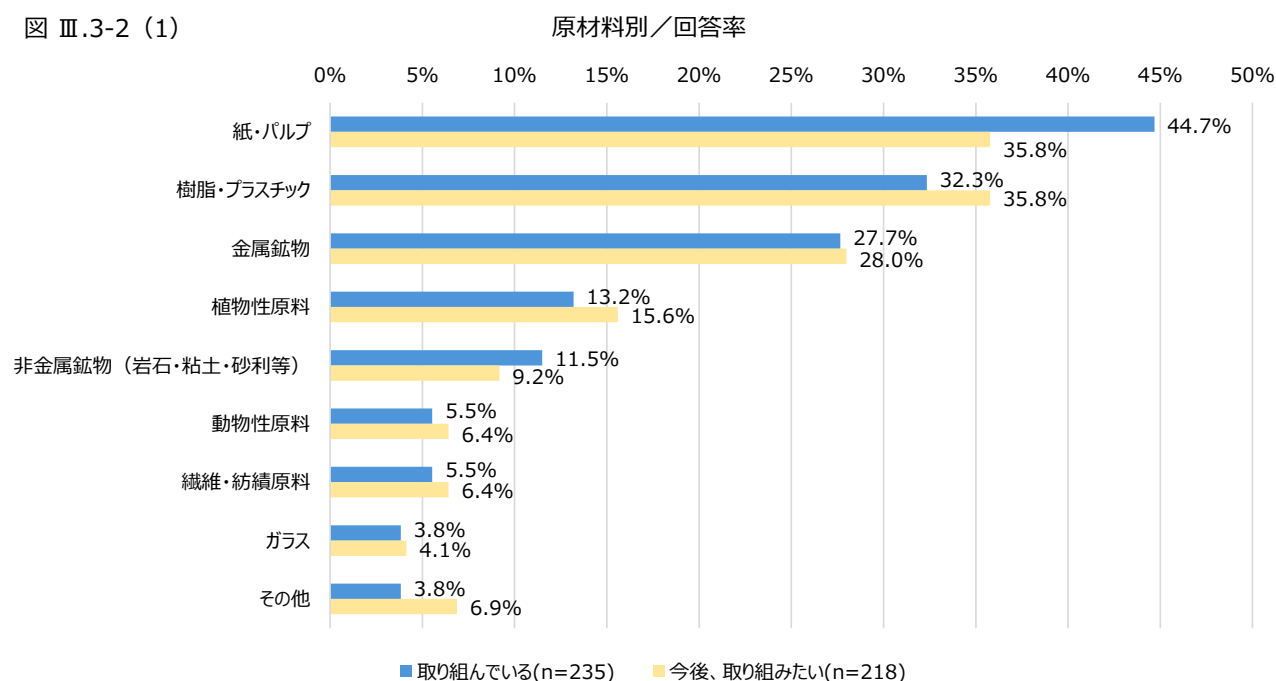
「取り組んでいる」内容は、「紙・パルプ」（44.7%）が最も高い割合になっており、「樹脂・プラスチック」（32.3%）、「金属鉱物」（27.7%）と続いている。

「今後、取り組みたい」内容は、「紙・パルプ」「樹脂・プラスチック」（35.8%）が最も高い割合で、「金属鉱物」（28.0%）と続いており、「取り組みたい」と同様の傾向となっている。

表 Ⅲ.3-2 再生材料・リサイクル材料として使用している原材料

再生材料・リサイクル材料として使用している原材料	取り組んでいる (n=235)		今後、取り組みたい (n=218)	
	件数	回答率	件数	回答率
紙・パルプ	105	44.7%	78	35.8%
樹脂・プラスチック	76	32.3%	78	35.8%
金属鉱物	65	27.7%	61	28.0%
植物性原料	31	13.2%	34	15.6%
非金属鉱物（岩石・粘土・砂利等）	27	11.5%	20	9.2%
動物性原料	13	5.5%	14	6.4%
繊維・紡績原料	13	5.5%	14	6.4%
ガラス	9	3.8%	9	4.1%
その他	9	3.8%	15	6.9%

図 Ⅲ.3-2 (1)

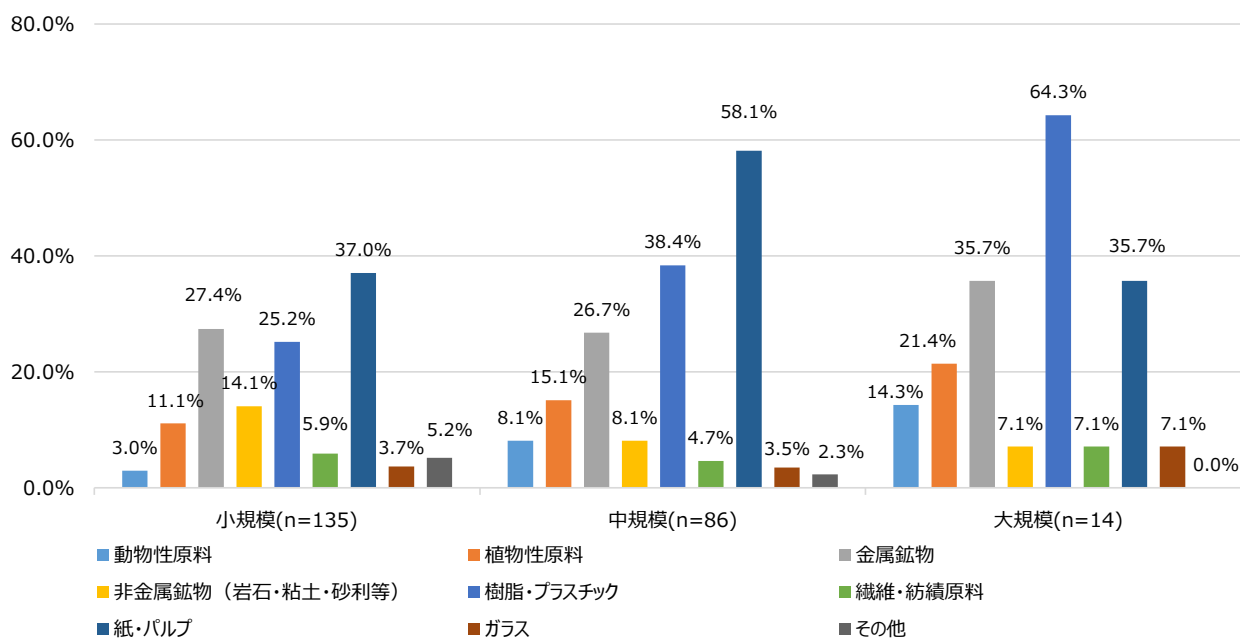


規模別・業種別

取り組んでいる

図 Ⅲ.3-2 (2)

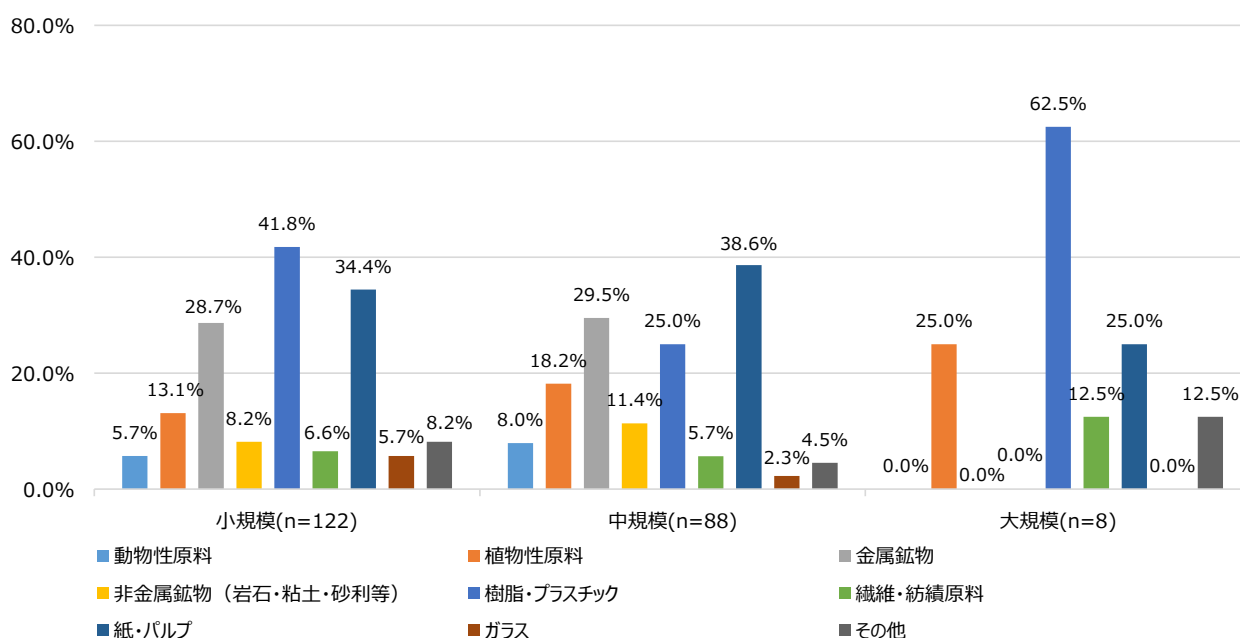
該当する原材料（取り組んでいる）／規模別



今後、取り組みたい

図 Ⅲ.3-2 (2)

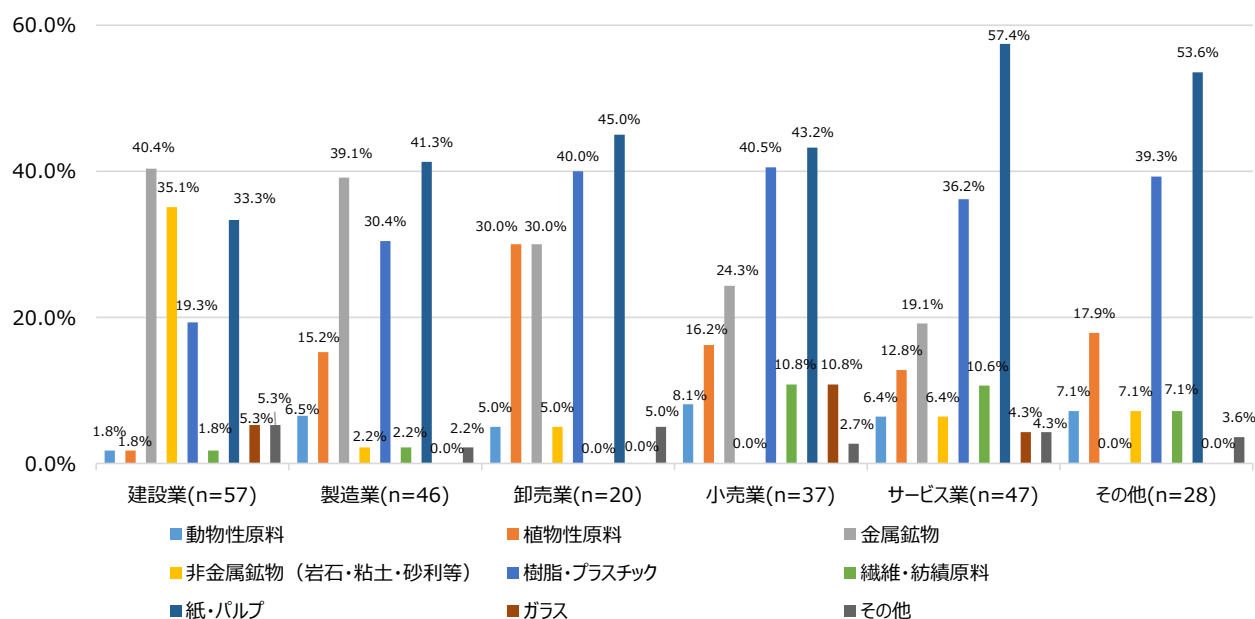
該当する原材料（今後、取り組みたい）／規模別



取り組んでいる

図 Ⅲ.3-2 (3)

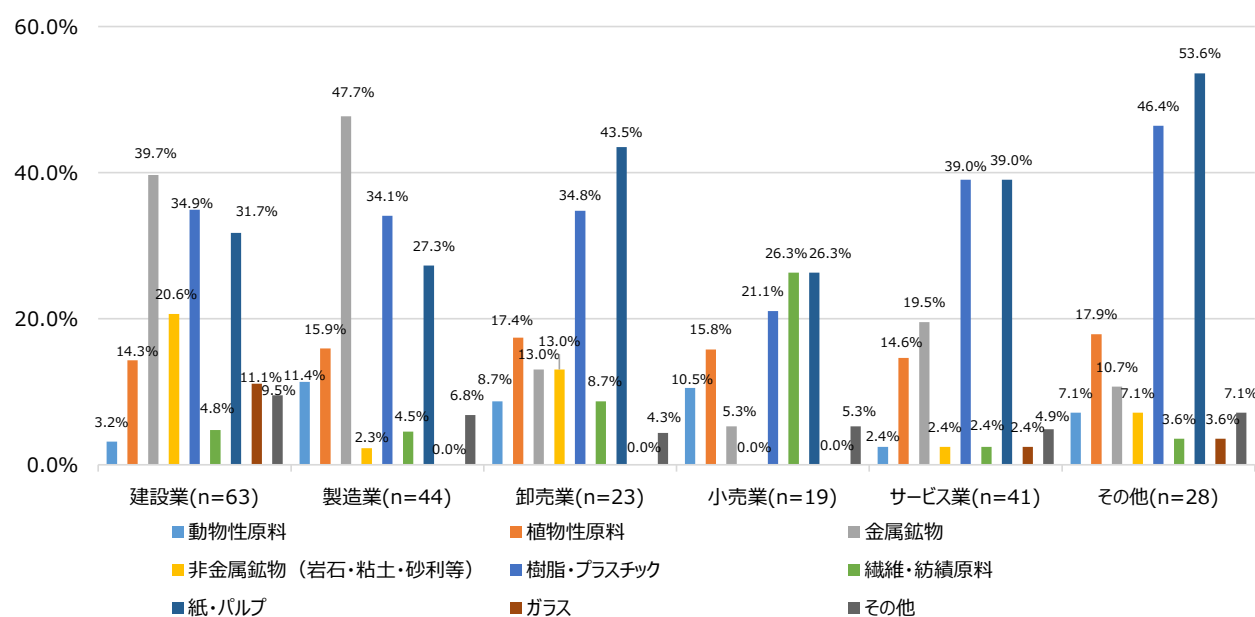
該当する原材料（取り組んでいる）／業種別



今後、取り組みたい

図 Ⅲ.3-2 (3)

該当する原材料（今後、取り組みたい）／業種別



3-3. 再資源化・有償物化の内容

（「3. 資源の有効利用に関する取り組み状況」の設問で、「廃棄物の再資源化・有償物化」に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」と回答した方への質問）

「取り組んでいる」内容は、「金属原料」（55.6%）の割合が最も高く、「紙製品・紙・パルプ」（36.0%）、「樹脂・プラスチック」（29.5%）と続いている。

「今後、取り組みたい」内容は、「金属原料」（33.2%）の割合が最も高く、「紙製品・紙・パルプ」（30.0%）、「樹脂・プラスチック」（25.1%）と続いており、「取り組みたい」と同様の傾向となっている。

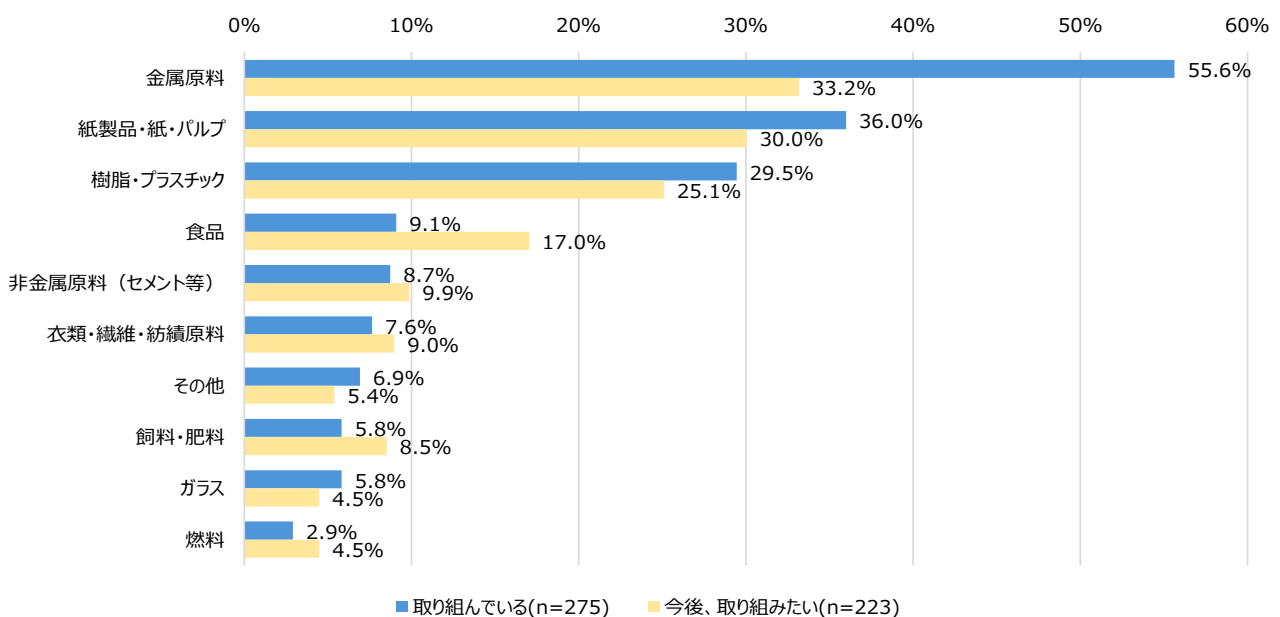
「食品」では、「取り組んでいる」（9.1%）と「今後、取り組みたい」（17.0%）の差が特に大きくなっている。

表 Ⅲ.3-3 再資源化・有償物化の内容

再資源化・有償物化の内容	取り組んでいる (n=275)		今後、取り組みたい (n=223)	
	件数	回答率	件数	回答率
金属原料	153	55.6%	74	33.2%
紙製品・紙・パルプ	99	36.0%	67	30.0%
樹脂・プラスチック	81	29.5%	56	25.1%
食品	25	9.1%	38	17.0%
非金属原料（セメント等）	24	8.7%	22	9.9%
衣類・繊維・紡績原料	21	7.6%	20	9.0%
その他	19	6.9%	12	5.4%
飼料・肥料	16	5.8%	19	8.5%
ガラス	16	5.8%	10	4.5%
燃料	8	2.9%	10	4.5%

図 Ⅲ.3-3 (1)

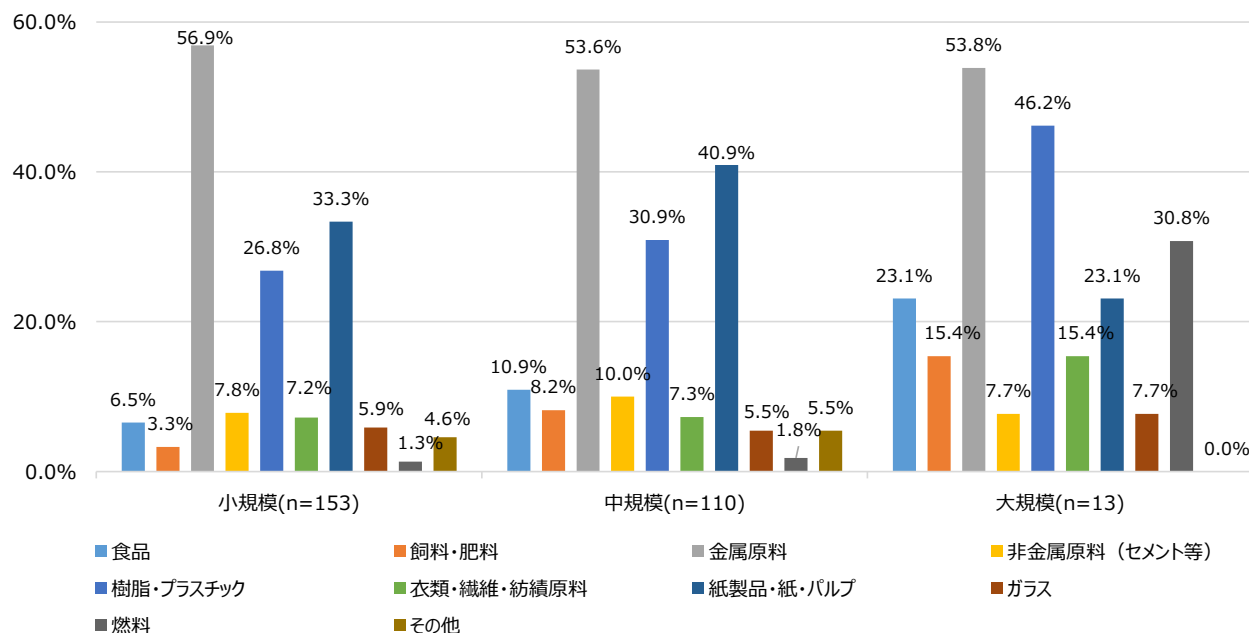
再資源化・有償物化の内容／回答率



規模別・業種別

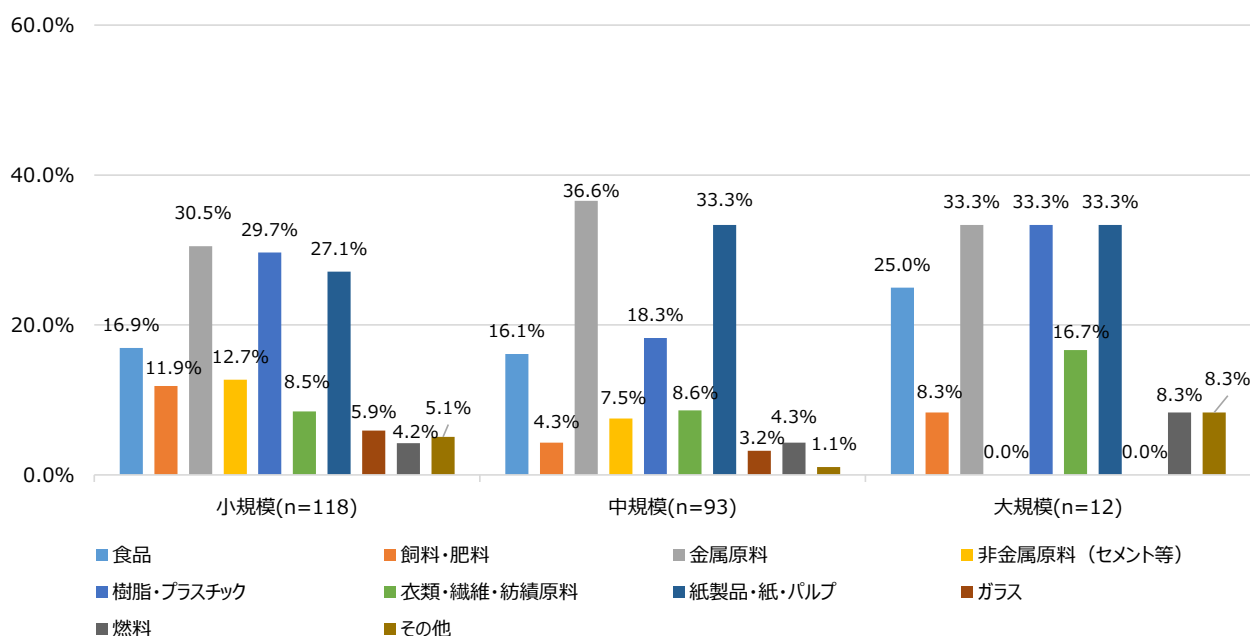
■取り組んでいる

図 Ⅲ.3-3 (2) 再資源化・有価物化の内容（取り組んでいる）／規模別



■今後、取り組みたい

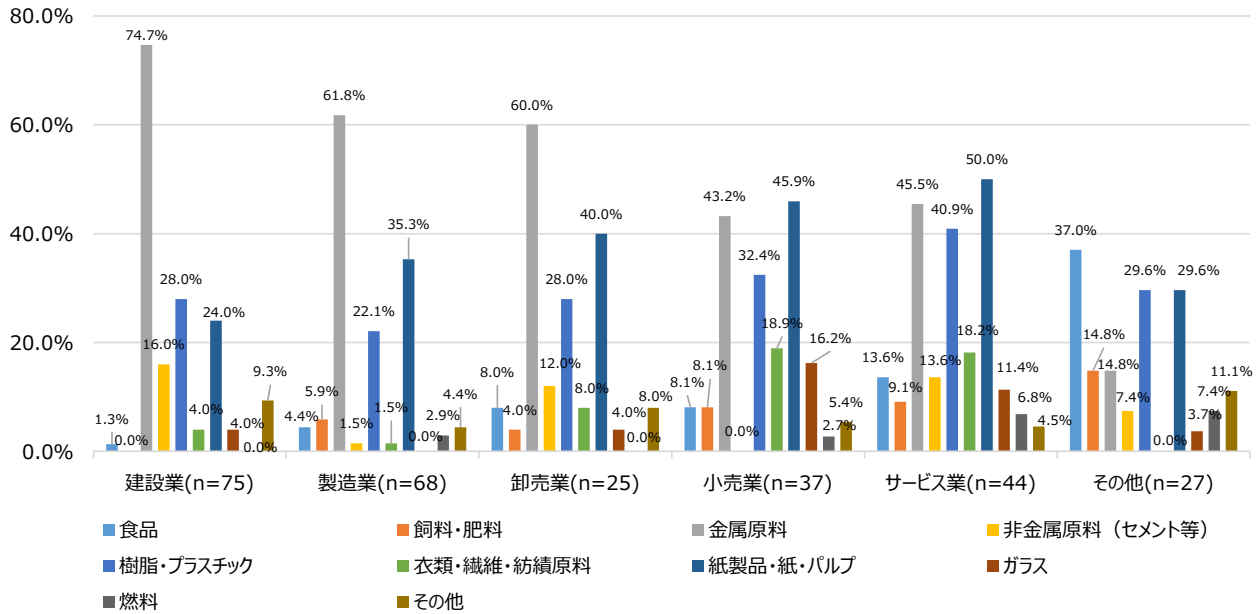
図 Ⅲ.3-3 (2) 再資源化・有価物化の内容（今後、取り組みたい）／規模別



■取り組んでいる

図 Ⅲ.3-3 (3)

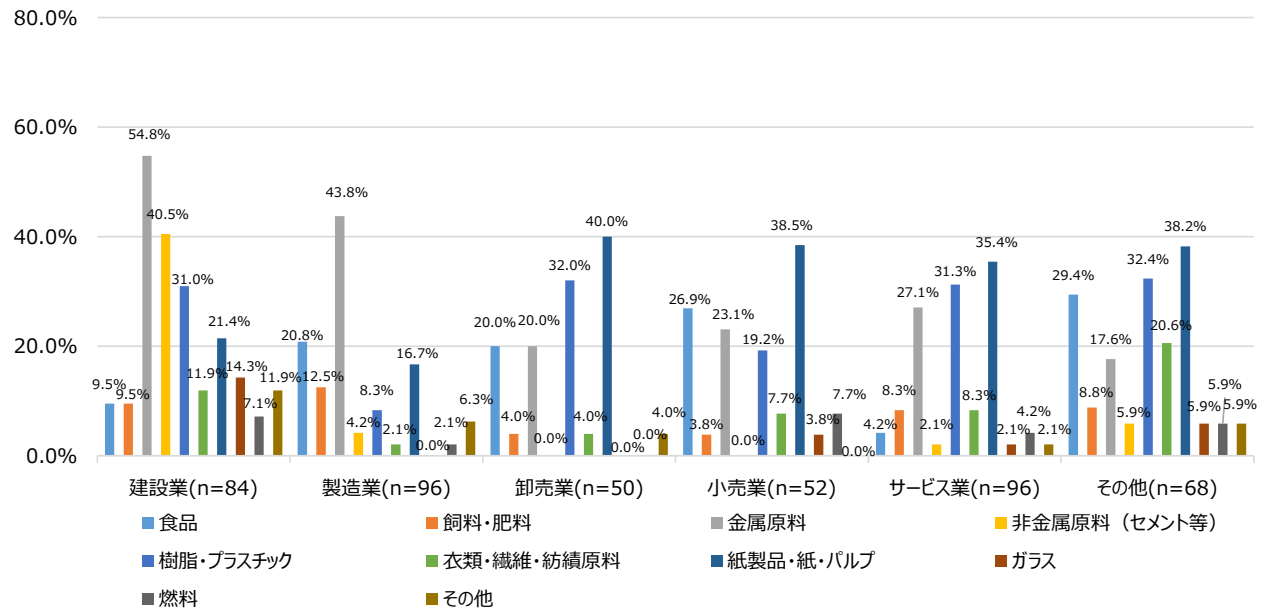
再資源化・有価物化の内容（取り組んでいる）／業種別



■今後、取り組みたい

図 Ⅲ3-3. (3)

再資源化・有価物化の内容（今後、取り組みたい）／業種別



4. 資源の有効利用について関心のある分野（複数回答）

資源の有効利用について関心のある分野については、「食品ロスの削減」（23.9%）の割合が最も高く、「廃プラスチックの再利用・再資源化」（20.9%）、「太陽光パネルの再利用・再資源化」（17.9%）と続いている。

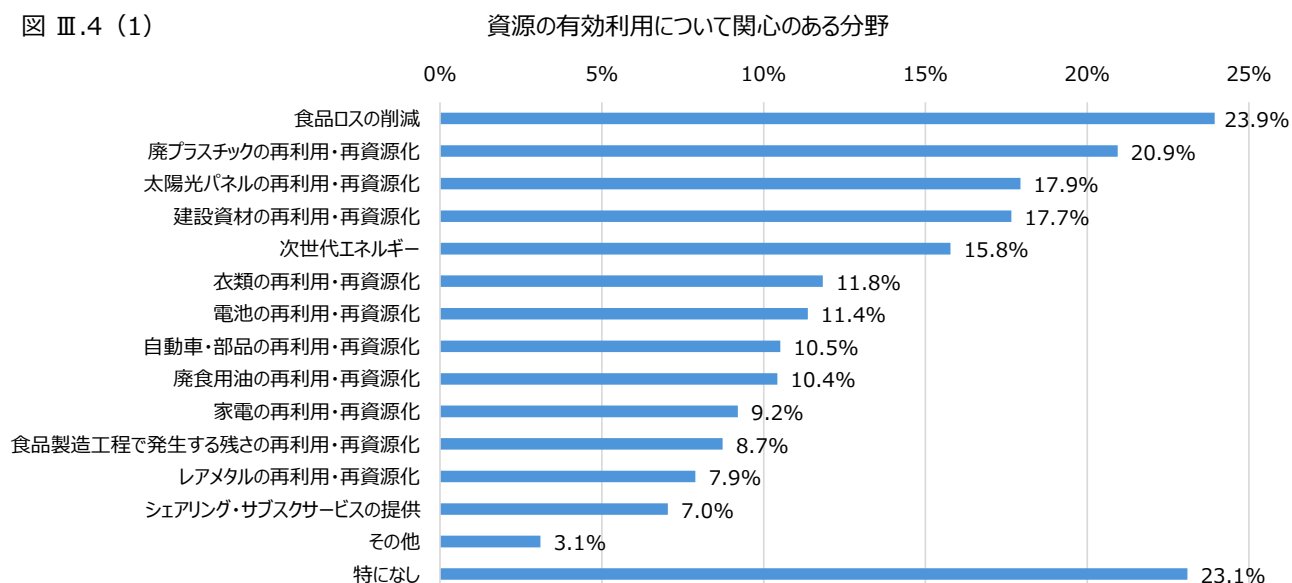
規模別では、規模に関わらず、「食品ロスの削減」の割合が高い。

業種別では、建設業（53.0%）は「建設資材の再利用・再資源化」の割合が高い。卸売業（32.0%）・製造業（24.6%）は「廃プラスチックの再利用・再資源化」、小売業（29.2%）・サービス業（24.2%）は「食品ロスの削減」の割合が高い。

表 Ⅲ.4 資源の有効利用について関心のある分野 (n=1,065)

資源の有効利用について関心のある分野	件数	回答率
食品ロスの削減	255	23.9%
廃プラスチックの再利用・再資源化	223	20.9%
太陽光パネルの再利用・再資源化	191	17.9%
建設資材の再利用・再資源化	188	17.7%
次世代エネルギー	168	15.8%
衣類の再利用・再資源化	126	11.8%
電池の再利用・再資源化	121	11.4%
自動車・部品の再利用・再資源化	112	10.5%
廃食用油の再利用・再資源化	111	10.4%
家電の再利用・再資源化	98	9.2%
食品製造工程で発生する残さの再利用・再資源化	93	8.7%
レア金属の再利用・再資源化	84	7.9%
シェアリング・サブスクリプションサービスの提供	75	7.0%
その他	33	3.1%
特になし	246	23.1%

図 Ⅲ.4 (1)



規模別・業種別

図 Ⅲ.4 (2)

規模別／回答率

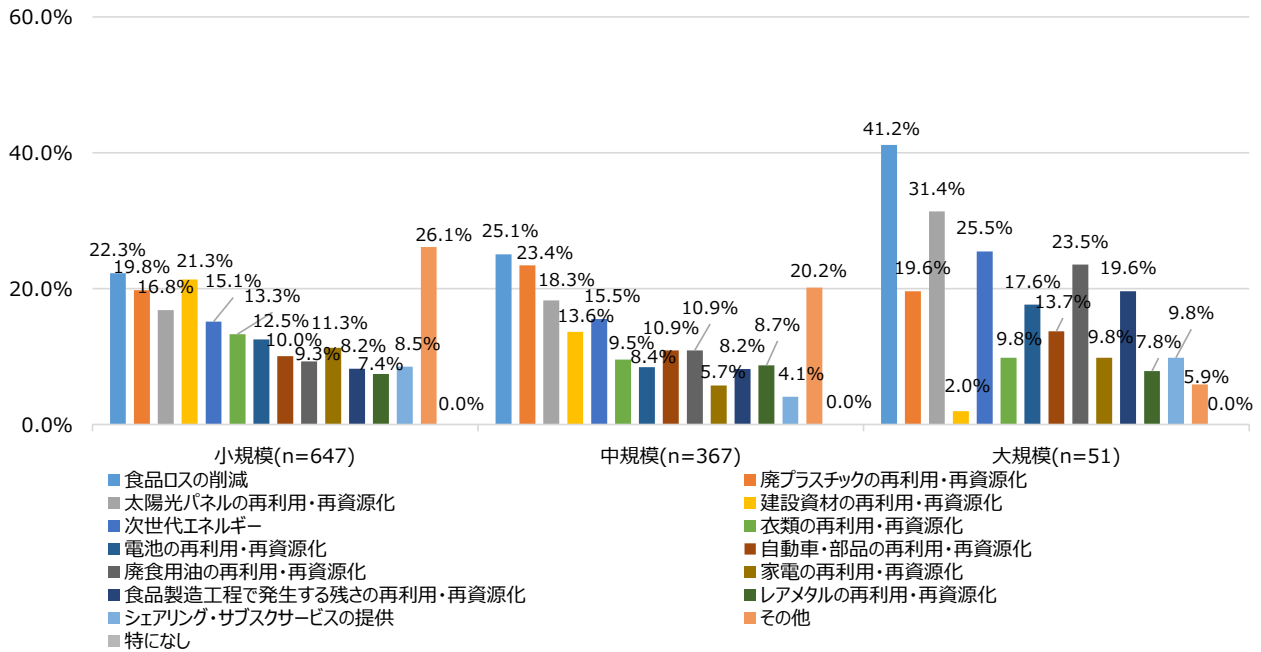
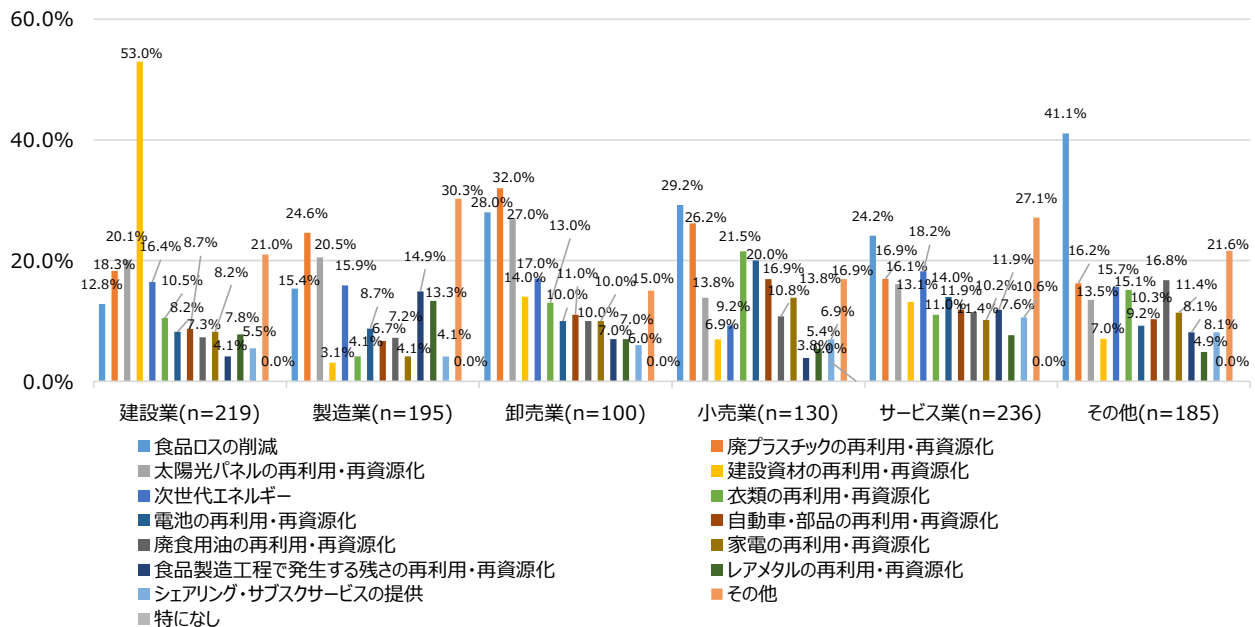


図 Ⅲ.4 (3)

業種別／回答率



5. サーキュラーエコノミーや資源循環社会づくりの推進についてのご意見・ご要望（自由記述）

No	規模	業種	記述内容
1	中規模	小売業	製造メーカ（企画、開発、製造）→物流→販売→施工→サービス→回収（物流）→解体 etc処理→再利用 これらの流れの中においては最終の工程を推進することで全体が動くと思 います。
2	小規模	製造業	企業から出る再利用のできる廃棄物を無料で回収してもらえるシステムがあれば考える。現在 企業から出るゴミは再利用できる物でも有料での引取りが原則である。
3	小規模	小売業	空き缶回収リサイクルできるビンでも 問屋が持って帰らない瓶が多くなり瓶を色分けして瓶処理 屋に持っていつているがこれでいいのかなと思います。でもこれは製造元の省力化のためにいいので すね。
4	中規模	サービス業	工業製品に木材竹材の利用
5	小規模	小売業	商品を生産する段階で販売した商品の回収再生を考えてから生産するシステム作りをしてほしい
6	小規模	サービス業	コスト削減のためにも資源循環を推進していきたい
7	中規模	飲食・宿泊業	資源循環よいですが物を長く使う大事にする方が大事と思いますが車など長く乗り過ぎると税金 が高くなるなどおかしいところがある。メンテナンスをしっかりと物を大事に使う方がよいと思 います。
8	小規模	サービス業	すべてのペットボトルがリサイクルされているわけではなく、飲み残しがあったり、何か異物が入った ペットボトルは廃棄されるようで、リサイクル率はかなり低かったように記憶している。効率を上げる ことやリサイクルできないものはリサイクル出来る素材に変更するべきだと思う。
9	小規模	建設業	自社の廃材の課題を地域の各種業界と情報共有する仕組みがあればそれぞれ商機が生まれる と思う
10	小規模	小売業	酒販業の悩みのひとつに得意先飲食店等からの空瓶回収がある。本来は各飲食店で廃棄処 理するべきものが押しつけられている実態がある。飲食業界団体でリサイクル意識の啓発を行って 欲しい。

(空白)

円安・海外展開

1. 円安のメリット（複数回答）

円安のメリットについては、全体的に低い水準で、最も高い「インバウンド需要の増加」でも 7.2%にとどまっている。「特にない」の割合は、77.8%。

規模別では、規模に関わらず、「特にない」の割合が最も高い。大規模は、小規模・中規模に比べて、「インバウンド需要の増加」(25.5%)の割合が高い。

業種別では、業種に関わらず、「特にない」の割合が最も高い。製造業(13.8%)は「取引先の輸出増加による受注増加」、小売業(13.8%)は「インバウンド需要の増加」の割合が高い。

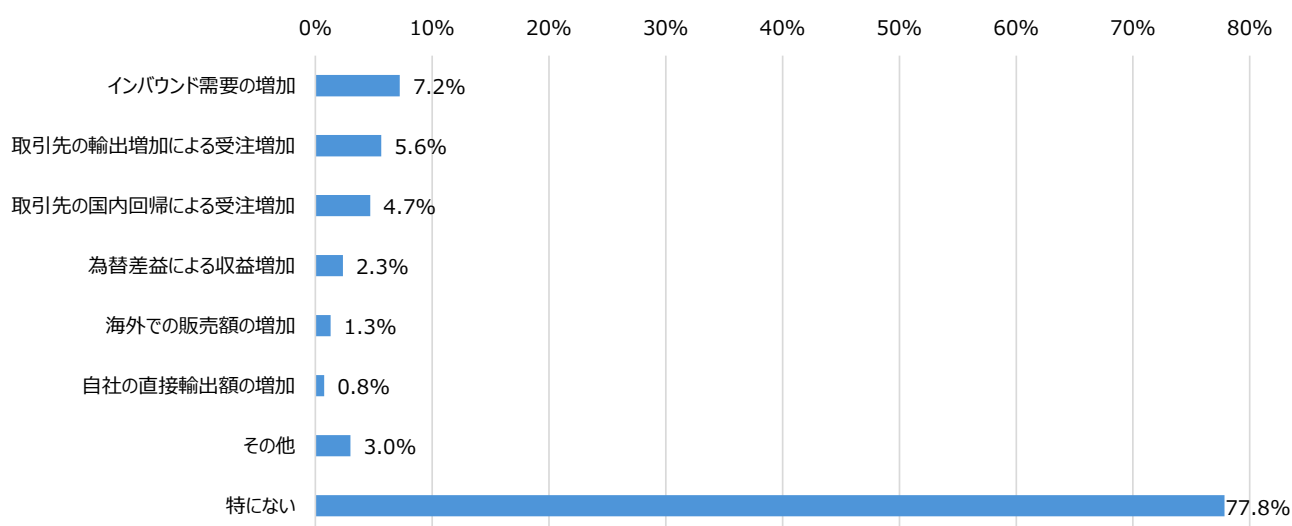
表 IV.1 円安のメリット

(n=1,065)

円安のメリット	件数	回答率
インバウンド需要の増加	77	7.2%
取引先の輸出増加による受注増加	60	5.6%
取引先の国内回帰による受注増加	50	4.7%
為替差益による収益増加	8	2.3%
海外での販売額の増加	14	1.3%
自社の直接輸出額の増加	25	0.8%
その他	32	3.0%
特にない	829	77.8%

図 IV.1 (1)

円安のメリット



規模別・業種別

図 IV.1 (2)

規模別／回答率

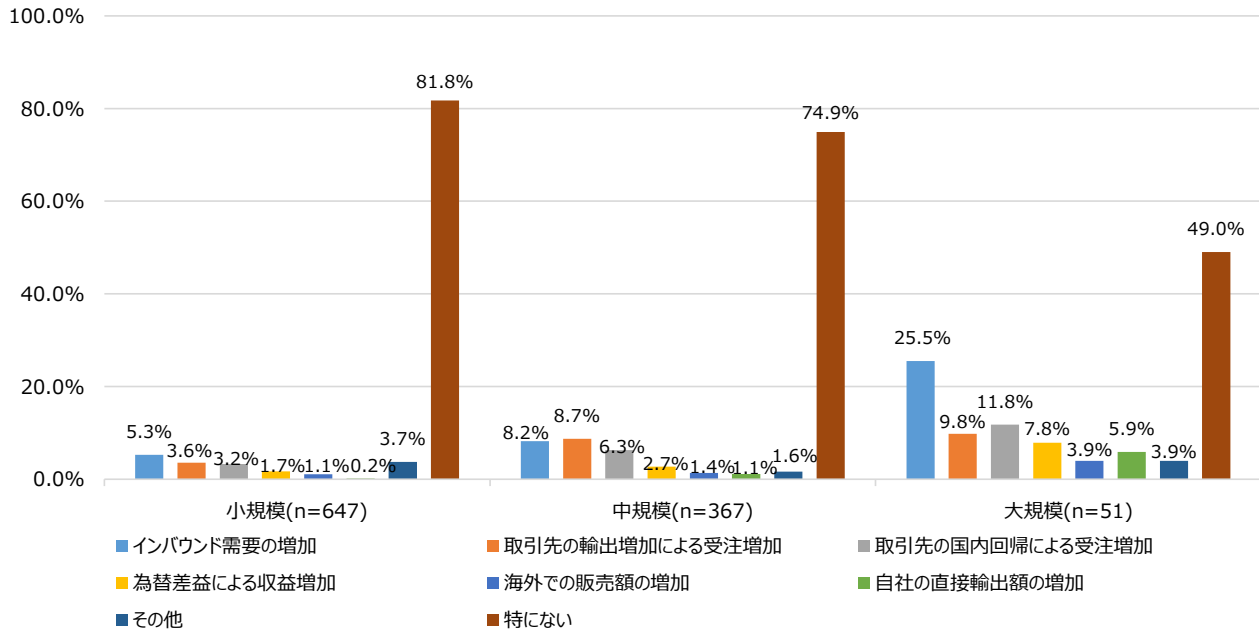
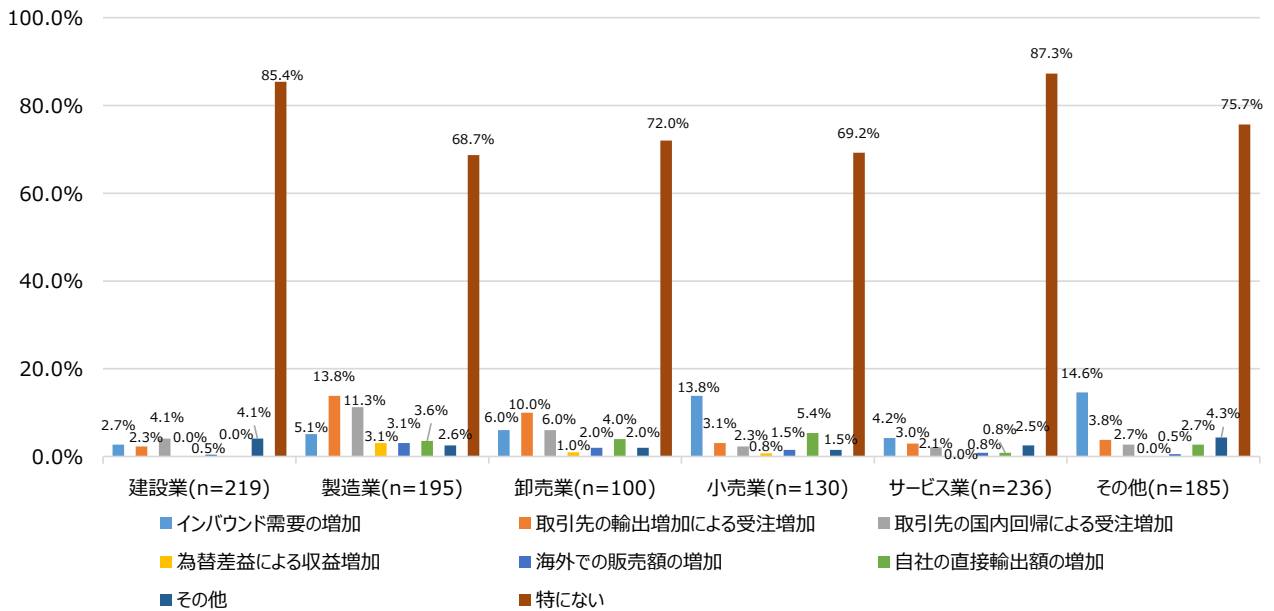


図 IV.1 (3)

業種別／回答率



2. 円安のデメリット（複数回答）

円安のデメリットについては、「原材料・商品仕入価格の上昇」（62.8%）「燃料価格の上昇」（59.2%）とコスト上昇に関する項目が上位になっている。続いて、「物価上昇による消費マインドの悪化」（27.6%）「コスト増加分の価格転嫁による販売量減少」（18.4%）など、消費の縮小に関する項目が続いている。

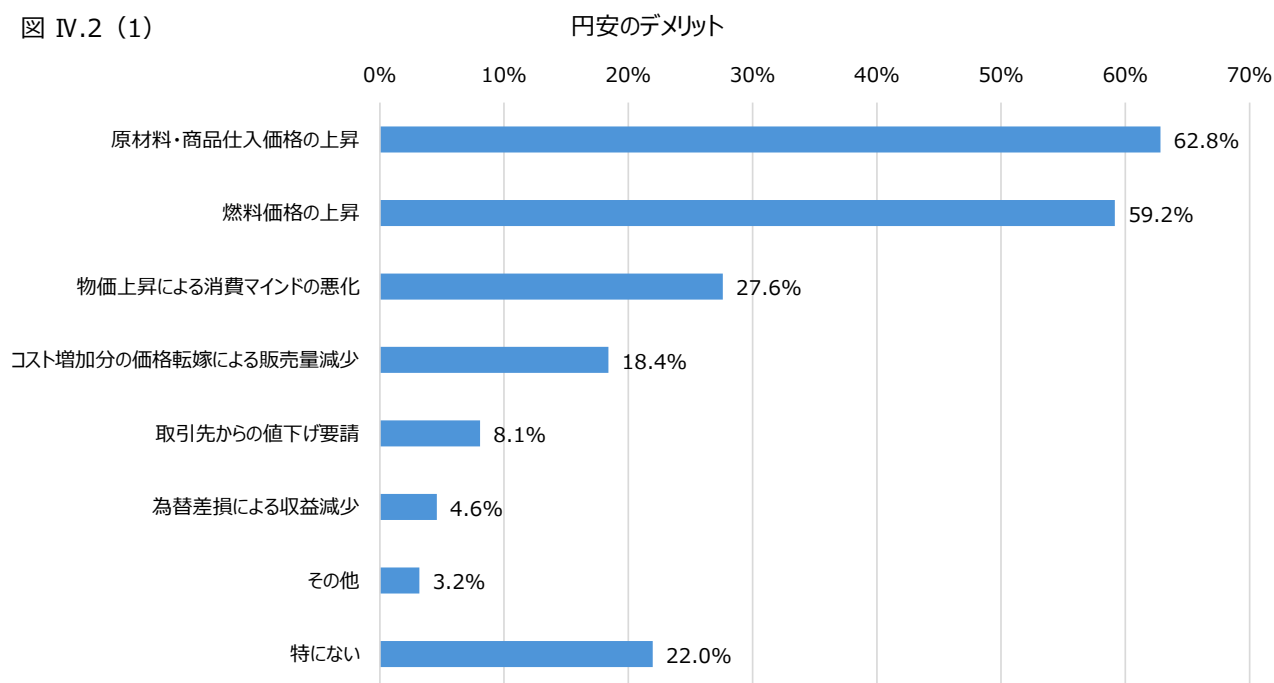
規模別では、規模に関わらず、「原材料・商品仕入価格の上昇」の割合が高い。

業種別では、卸売業（77.0%）・製造業（76.4%）・小売業（70.8%）・サービス業（47.0%）は「原材料・商品仕入価格の上昇」の割合が高い。建設業（66.7%）では、「燃料価格の上昇」の割合が高い。

表 IV.2 円安のデメリット (n=1,065)

円安のデメリット	件数	回答率
原材料・商品仕入価格の上昇	669	62.8%
燃料価格の上昇	630	59.2%
物価上昇による消費マインドの悪化	294	27.6%
コスト増加分の価格転嫁による販売量減少	196	18.4%
取引先からの値下げ要請	86	8.1%
為替差損による収益減少	49	4.6%
その他	34	3.2%
特にない	234	22.0%

図 IV.2 (1)



規模別・業種別

図 IV.2 (2)

規模別／回答率

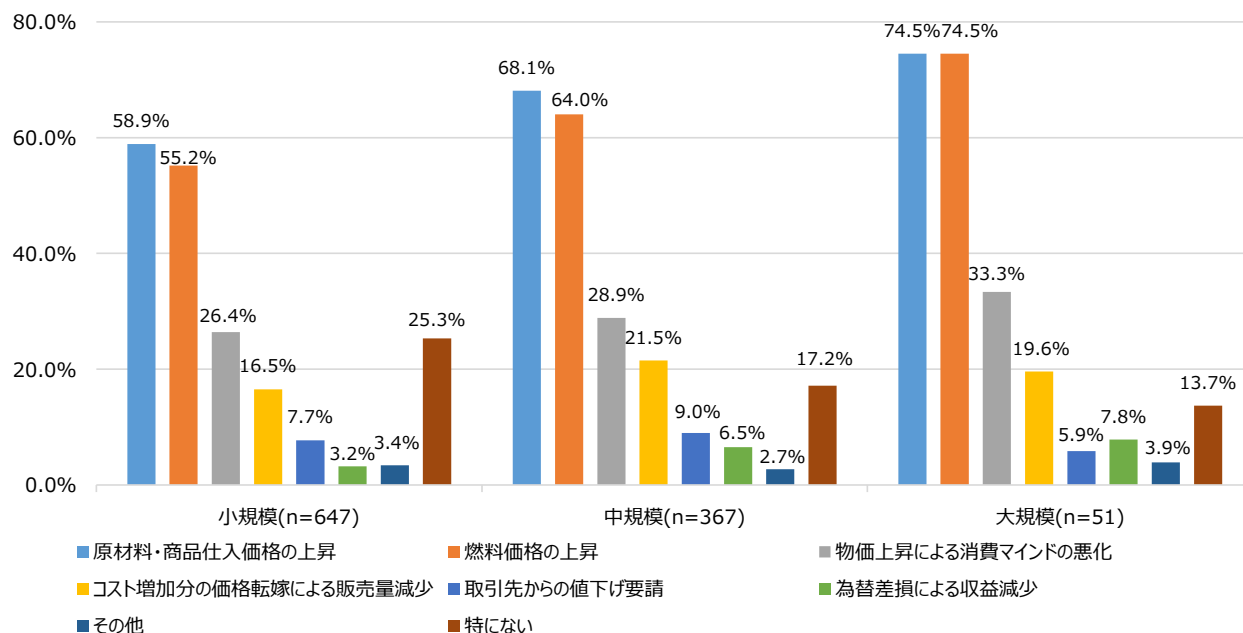
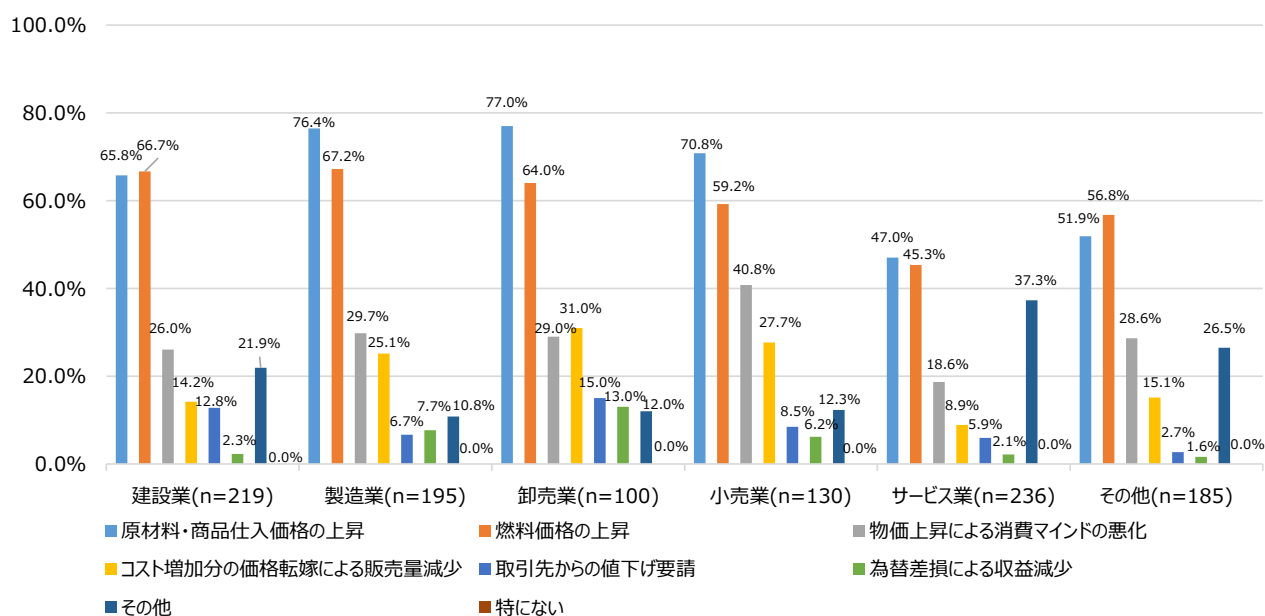


図 IV.2 (3)

業種別／回答率

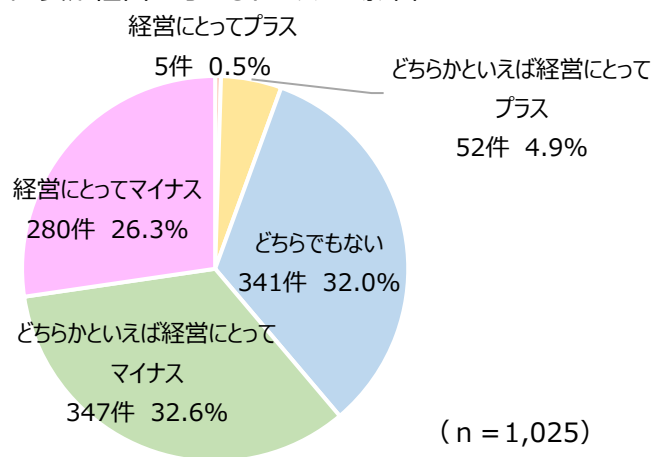


3. 円安が経営に与えるトータルの影響

円安が経営に与えるトータルの影響については、「経営にとってプラス」(0.5%)、「どちらかといえばプラス」(4.9%)を合計しても5.4%となっており、プラスの影響の割合が低くなっている。

規模別、業種別でも若干の違いにみられるものの、全体として同様の傾向にあり、プラスの影響の割合が低く、マイナスの影響の割合が高くなっている。

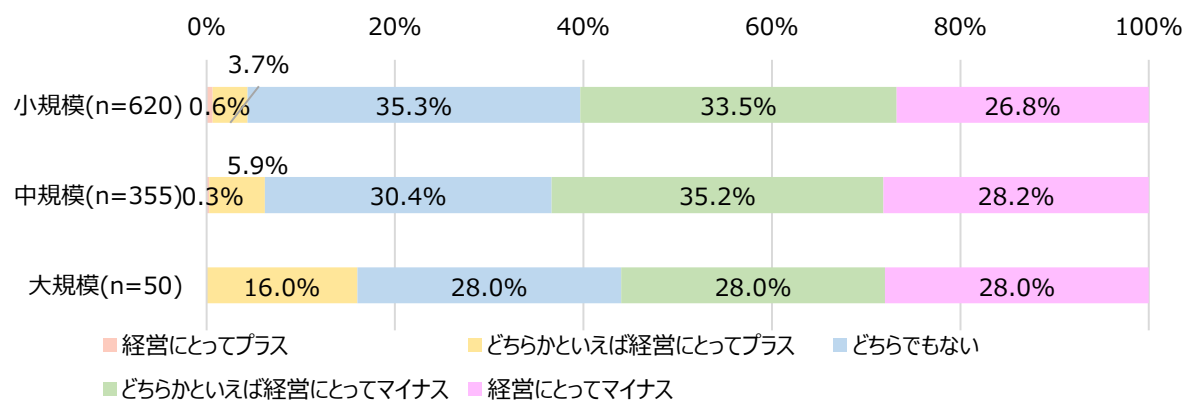
図 IV.3 (1) 円安が経営に与えるトータルの影響



規模別

図 IV.3 (2)

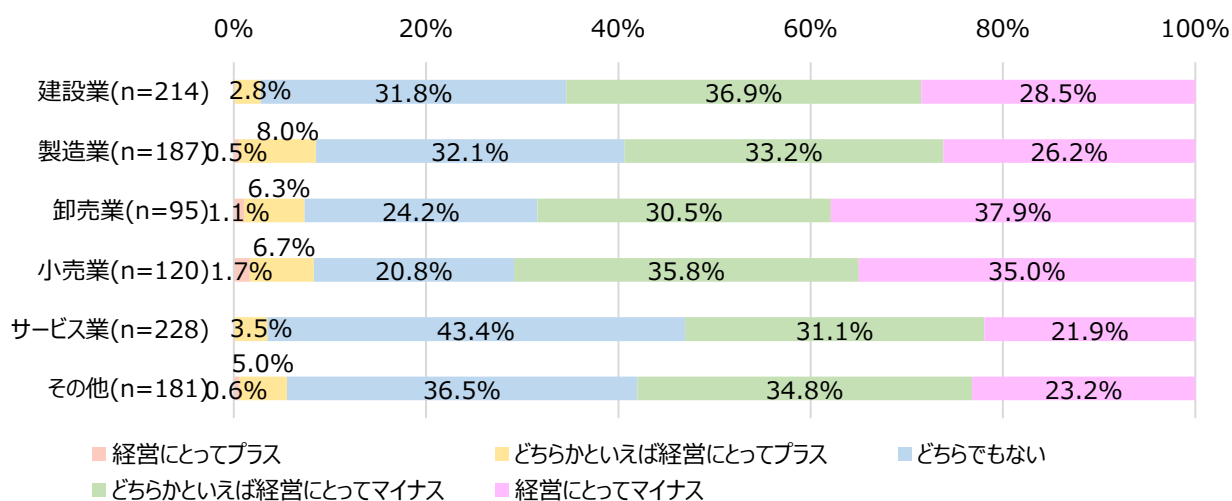
規模別／構成比



業種別

図 IV.3 (3)

業種別／構成比



4. 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策

円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策について、「燃料費等の節約」(30.9%)の割合が最も高く、「固定費の削減」(27.9%)、「商品・サービス価格への転嫁」(24.0%)と続いている。

規模別では、規模に関わらず、「燃料費等の節約」の割合が最も高い。

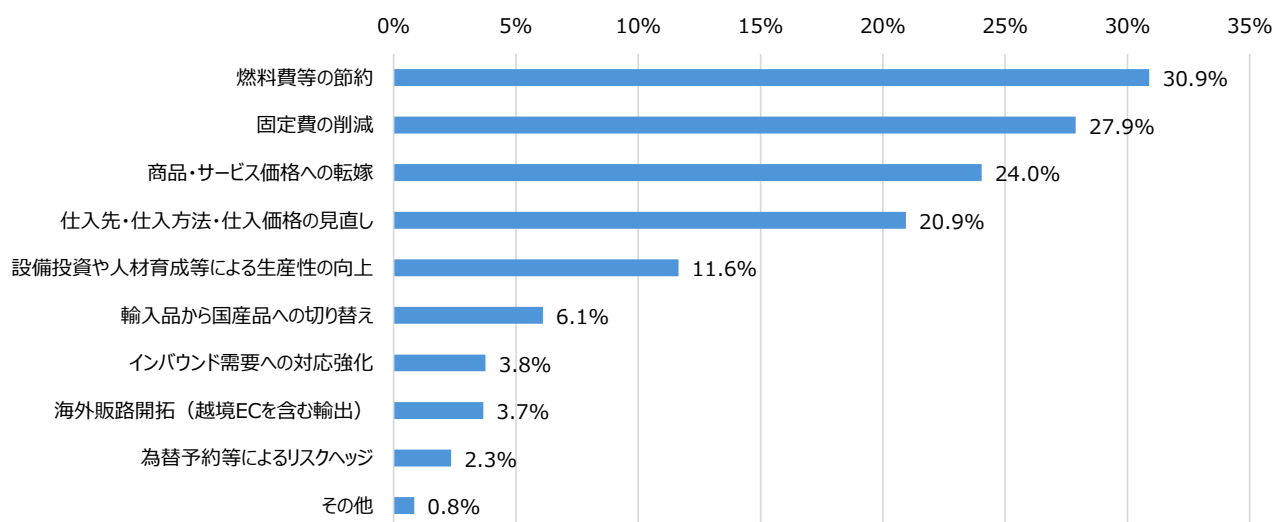
業種別では、卸売業(44.0%)・製造業(33.8%)は「商品・サービス価格への転嫁」、小売業(33.8%)・建設業(32.9%)・サービス業(25.0%)は「燃料費等の節約」の割合が高い。

表 IV.4 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策 (n=1,065)

円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策	件数	回答率
燃料費等の節約	329	30.9%
固定費の削減	297	27.9%
商品・サービス価格への転嫁	256	24.0%
仕入先・仕入方法・仕入価格の見直し	223	20.9%
設備投資や人材育成等による生産性の向上	124	11.6%
輸入品から国産品への切り替え	65	6.1%
インバウンド需要への対応強化	40	3.8%
海外販路開拓（越境ECを含む輸出）	39	3.7%
為替予約等によるリスクヘッジ	25	2.3%
その他	9	0.8%

図 IV.4 (1)

円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策



規模別・業種別

図 IV.4 (2)

規模別／回答率

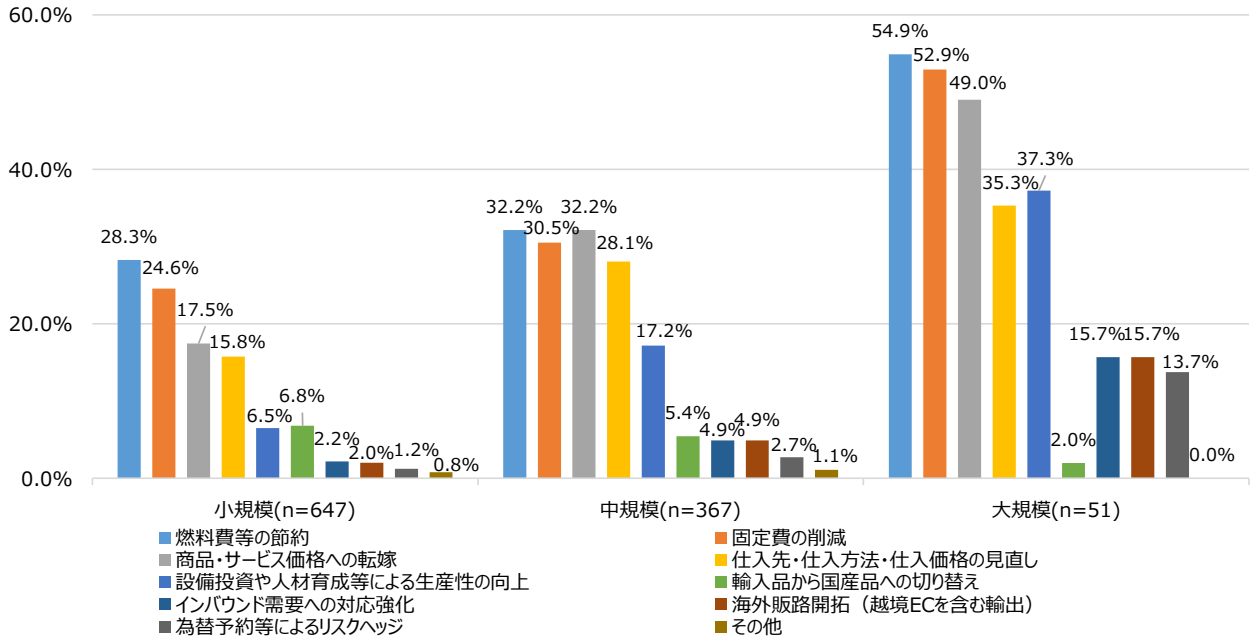
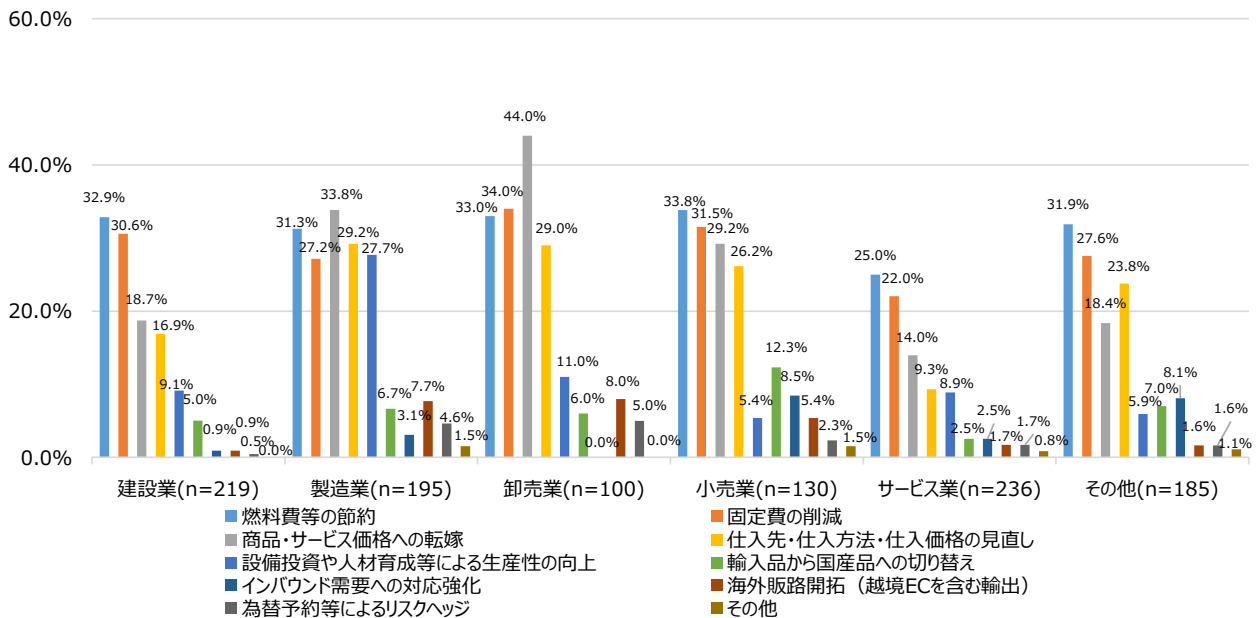


図 IV.4 (3)

業種別／回答率



4. 円安の進行に伴い、今後取り組みたい具体的な対応策

円安の進行に伴い、今後取り組みたい具体的な対応策について、「固定費の削減」(39.2%)の割合が最も高く、「燃料費等の節約」(34.1%)、「仕入先・仕入方法・仕入価格の見直し」(28.0%)と続いている。

規模別では、「固定費の削減」の割合が中規模(42.5%)・小規模(38.6%)で高くなっている。大規模は「仕入先・仕入方法・仕入価格の見直し」(37.3%)の割合が高い。

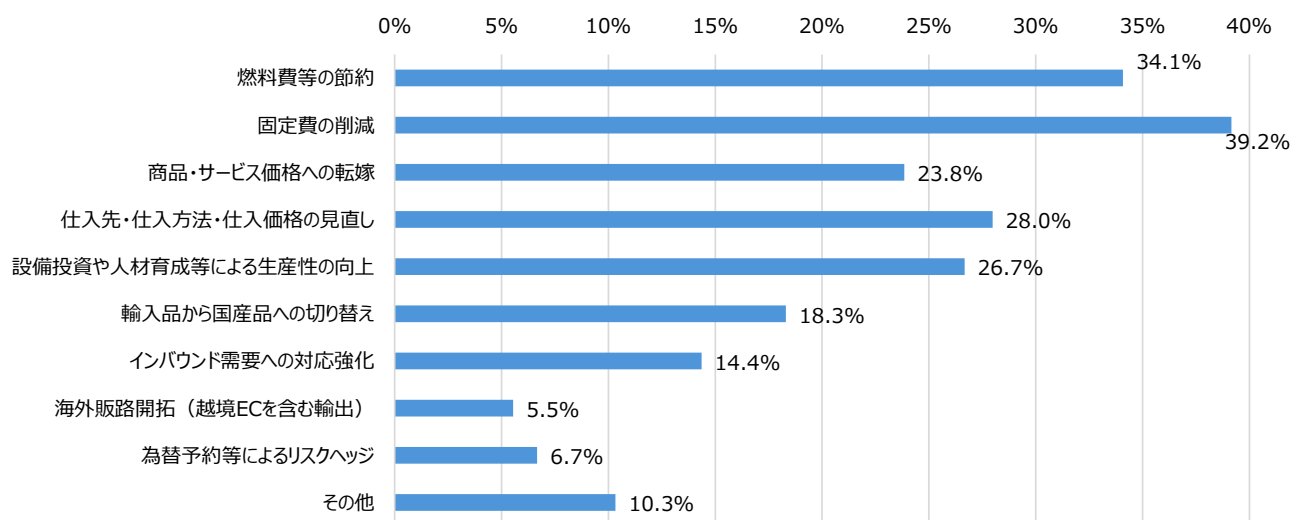
業種別では、すべての業種で「固定費の削減」の割合が最も高い。

表 IV.4 円安の進行に伴い、今後取り組みたい具体的な対応策 (n=1,065)

円安の進行に伴い、今後取り組みたい具体的な対応策	件数	回答率
燃料費等の節約	363	34.1%
固定費の削減	417	39.2%
商品・サービス価格への転嫁	254	23.8%
仕入先・仕入方法・仕入価格の見直し	298	28.0%
設備投資や人材育成等による生産性の向上	284	26.7%
輸入品から国産品への切り替え	195	18.3%
インバウンド需要への対応強化	153	14.4%
海外販路開拓（越境ECを含む輸出）	59	5.5%
為替予約等によるリスクヘッジ	71	6.7%
その他	110	10.3%

図 IV.4 (1)

円安の進行に伴う具体的な対応策（今後、取り組みたい）



規模別・業種別

図 IV.4 (2)

規模別／回答率

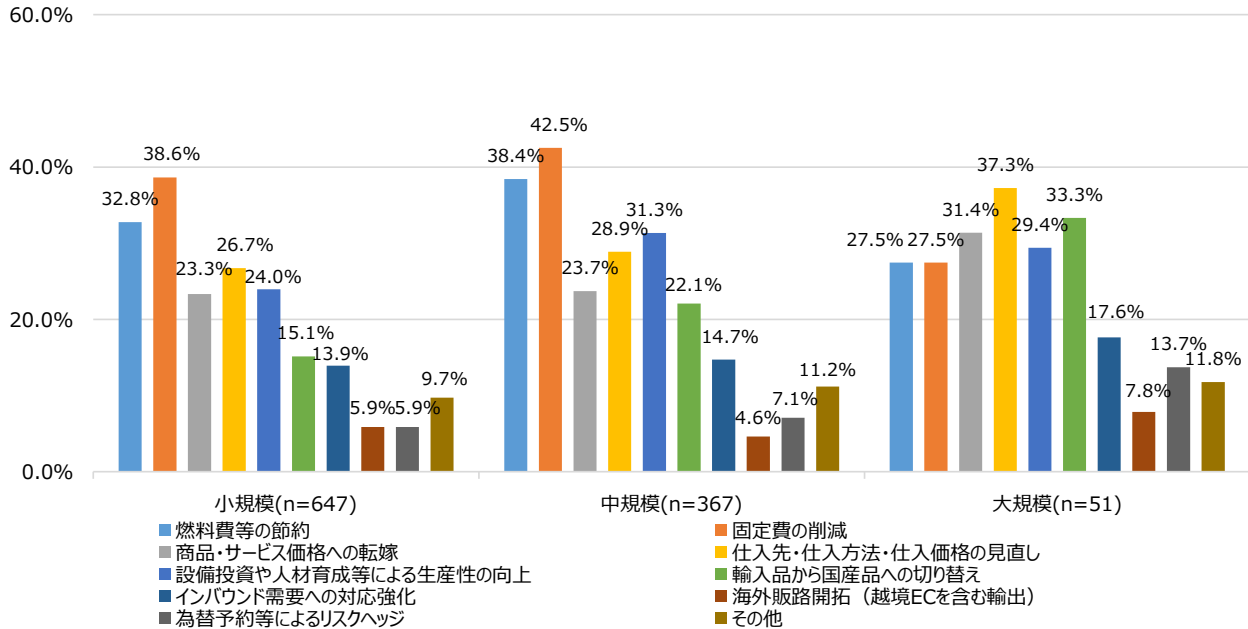
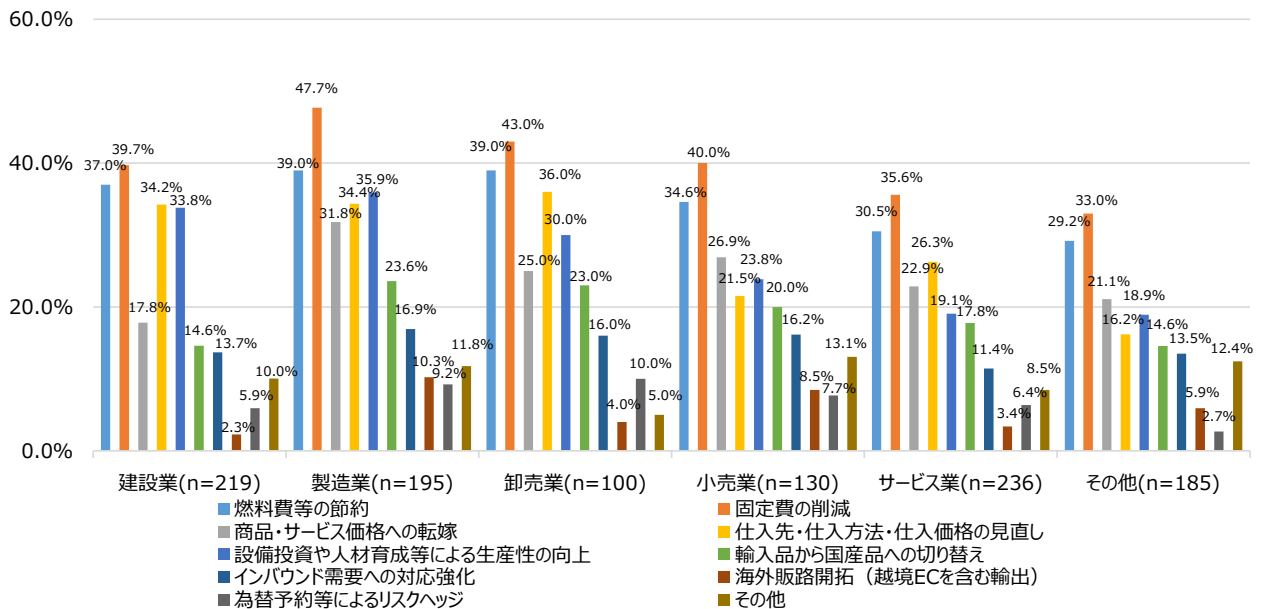


図 IV.4 (3)

業種別／回答率



4-2. 海外販路開拓に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」内容（複数回答）

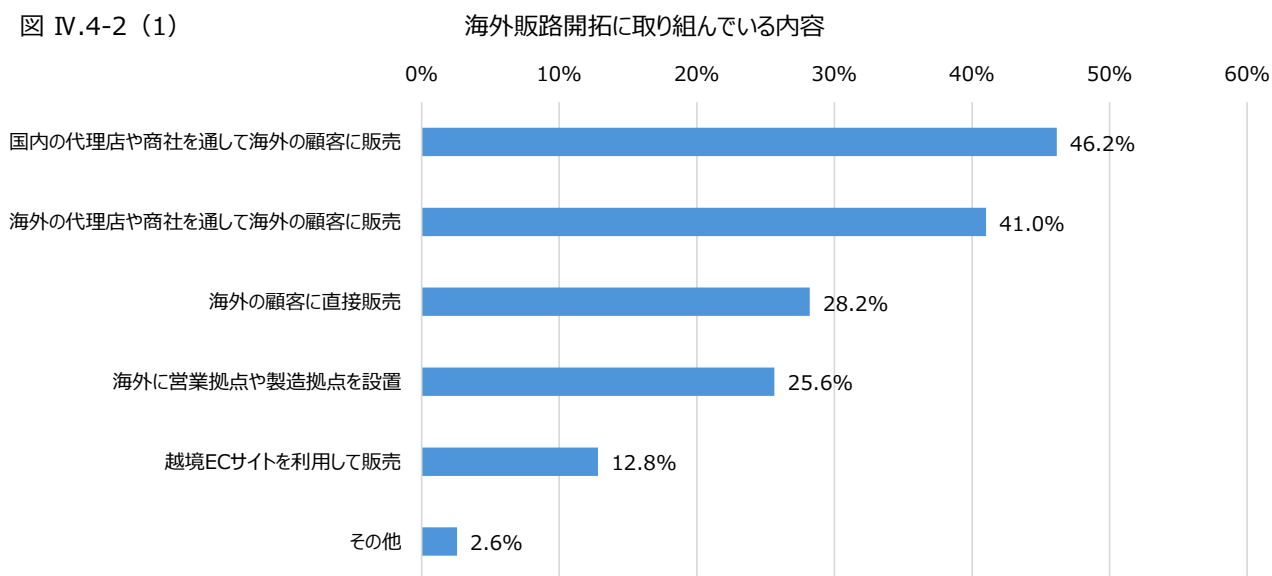
（「4. 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策」の設問で、「海外販路開拓」に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」と回答した方への質問）

「取り組んでいる」と回答した事業所では、「国内の代理店や商社を通して海外の顧客に販売」「海外の代理店や商社を通して海外の顧客に販売」「海外の顧客に直接販売」と続いている。

「今後、取り組みたい」と回答した事業所では、「海外の顧客に直接販売」「国内の代理店や商社を通して海外の顧客に販売」「越境ECサイトを利用して販売」と続いている。

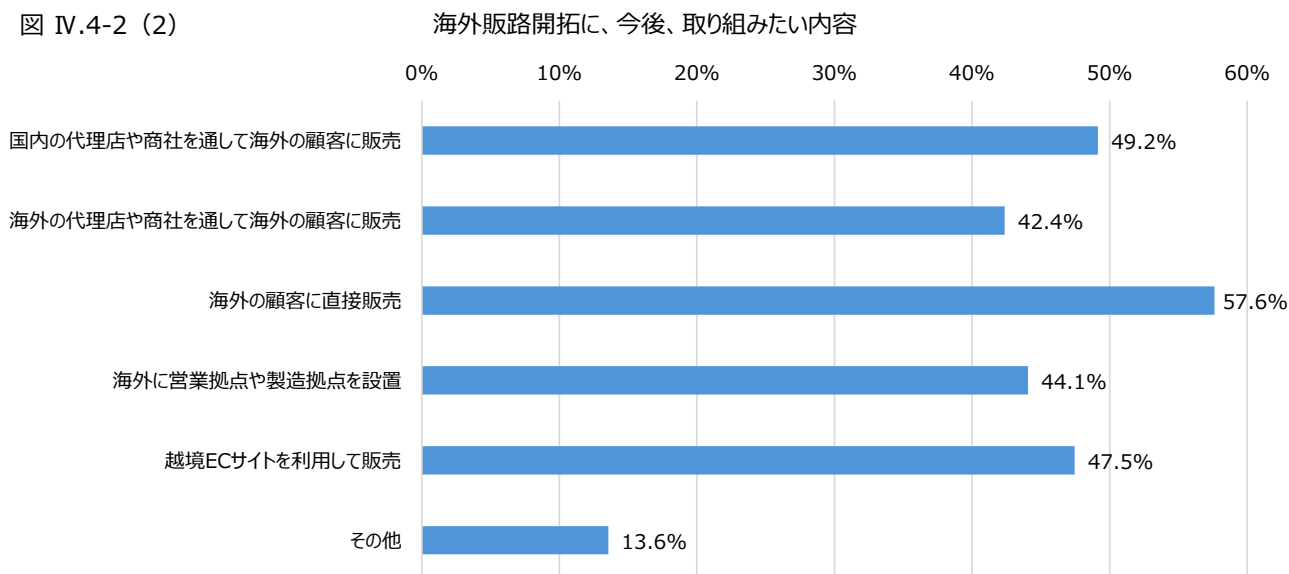
取り組んでいる（n=39）

図 IV.4-2（1）



今後、取り組みたい（n=59）

図 IV.4-2（2）



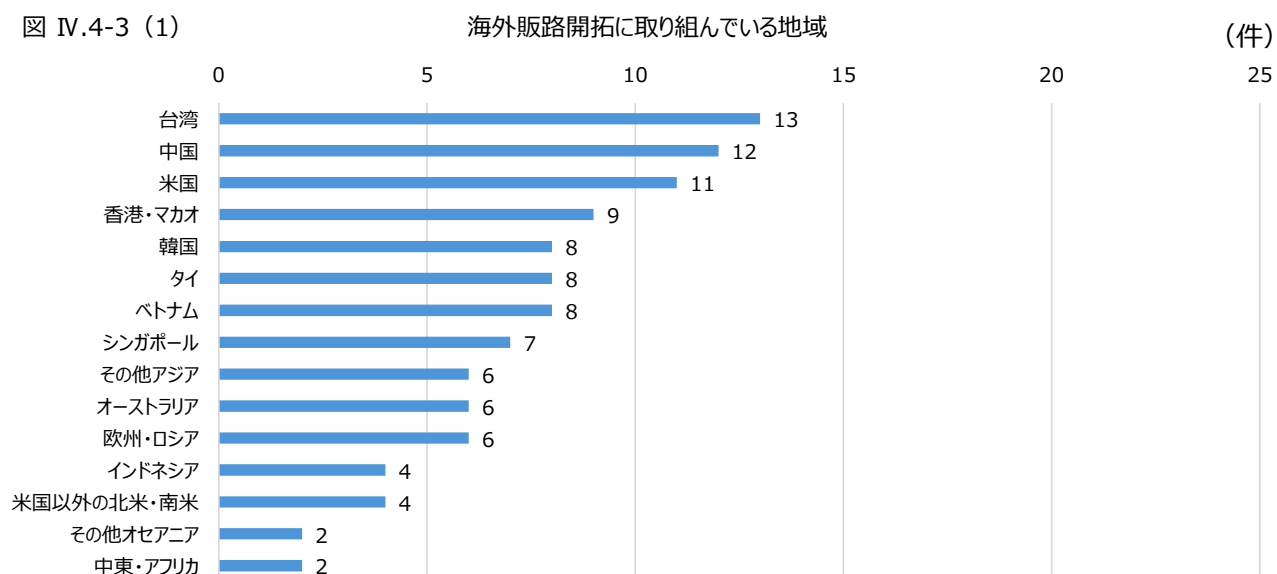
4-3. 海外販路開拓に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」地域（複数回答）

（「4. 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策」の設問で、「海外販路開拓」に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」と回答した方への質問）

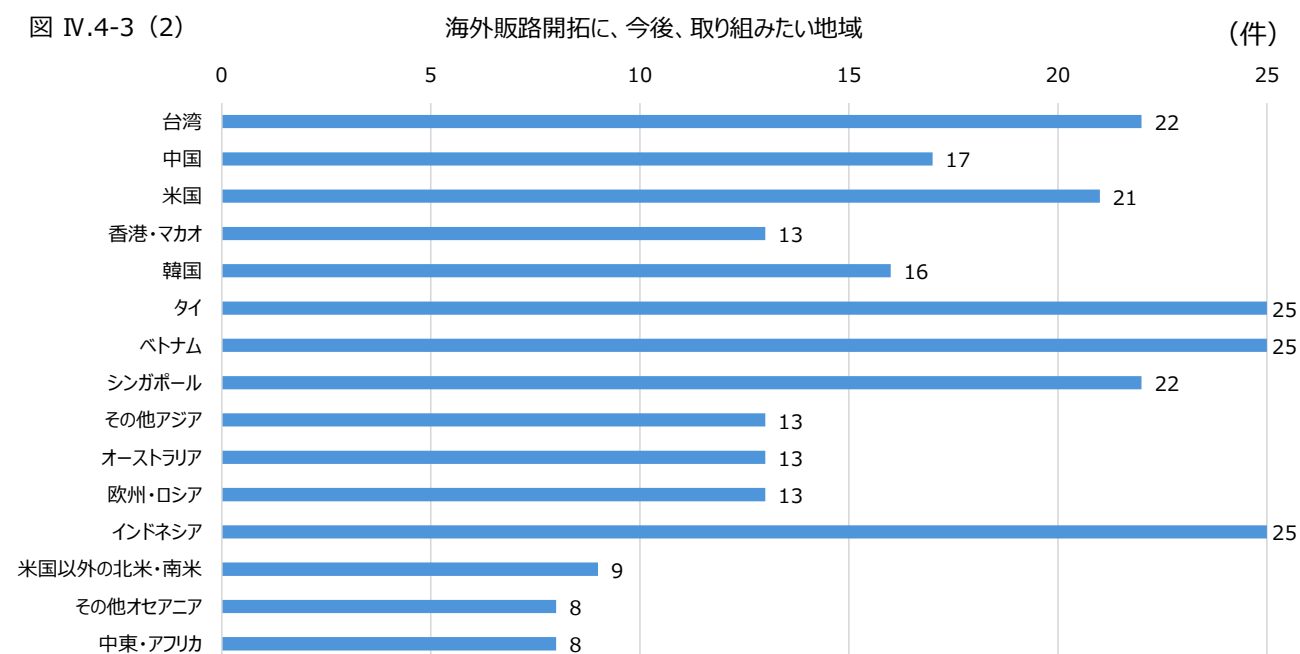
「取り組んでいる」と回答した事業所では、「台湾」「中国」「米国」と続いている。

「今後、取り組みたい」と回答した事業所では、「タイ」「ベトナム」「インドネシア」と続いている。

取り組んでいる（n=39）



今後、取り組みたい（n=59）



4-4. 海外販路開拓に取り組むにあたって不足・課題と感ずる項目（複数回答）

（「4. 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策」の設問で、「海外販路開拓」に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」と回答した方への質問）

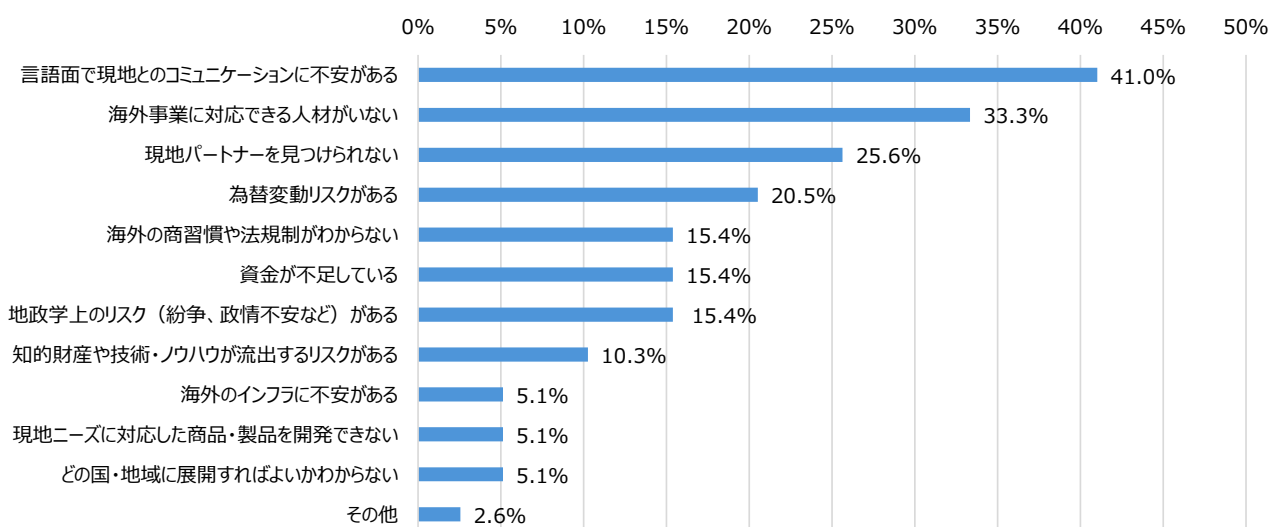
「取り組んでいる」と回答した事業所では、「言語面で現地とのコミュニケーションに不安がある」「海外事業に対応できる人材がいない」「現地パートナーを見つけられない」と続いている。

「今後、取り組みたい」と回答した事業所では、「海外事業に対応できる人材がいない」「海外の商習慣や法規制がわからない」「言語面で現地とのコミュニケーションに不安がある」と続いている。

取り組んでいる（n=39）

図 IV.4-4（1）

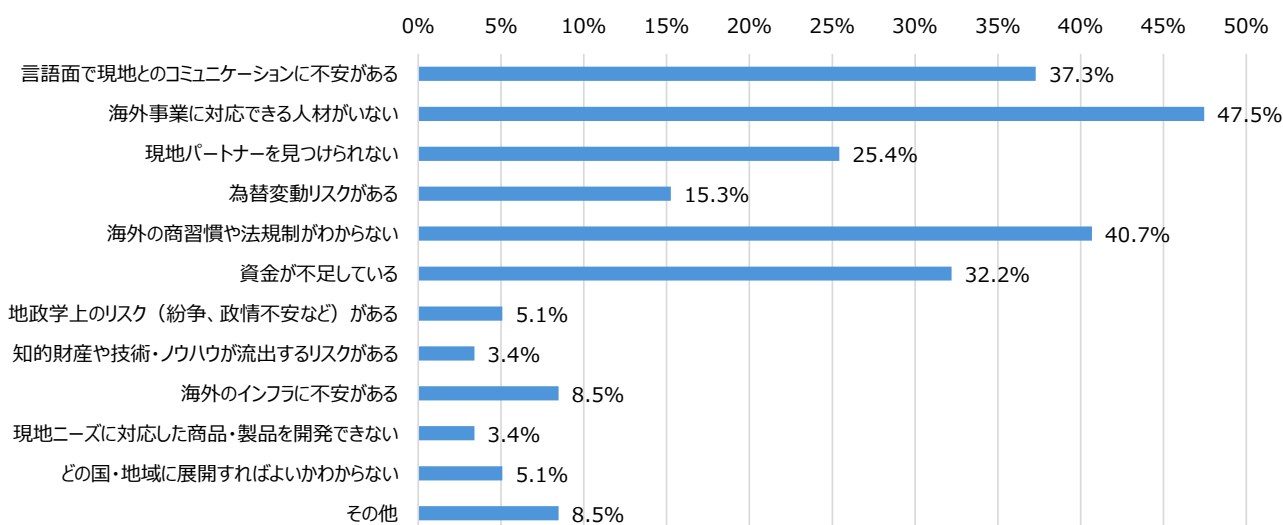
海外販路開拓に取り組むにあたって不足・課題と感ずる項目



今後、取り組みたい（n=59）

図 IV.4-4（2）

海外販路開拓に取り組むにあたって不足・課題と感ずる項目



4-5. 海外販路開拓に取り組むにあたって期待する支援内容（複数回答）

（「4. 円安の進行に伴い、すでに取り組んでいる具体的な対応策」の設問で、「海外販路開拓」に「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」と回答した方への質問）

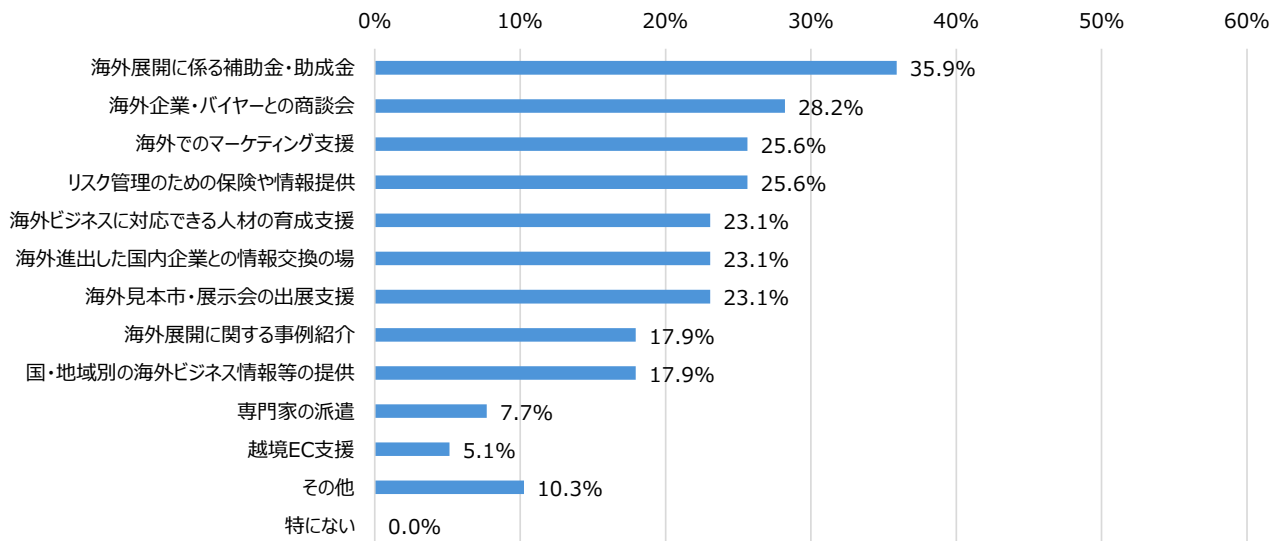
「取り組んでいる」と回答した事業所では、「海外展開に係る補助金・助成金」「海外企業・バイヤーとの商談会」「海外でのマーケティング支援」「リスク管理のための保険や情報提供」と続いている。

「今後、取り組みたい」と回答した事業所では、「海外展開に係る補助金・助成金」「海外でのマーケティング支援」「海外展開に関する事例紹介」と続いている。

取り組んでいる（n=39）

図 IV.4-5（1）

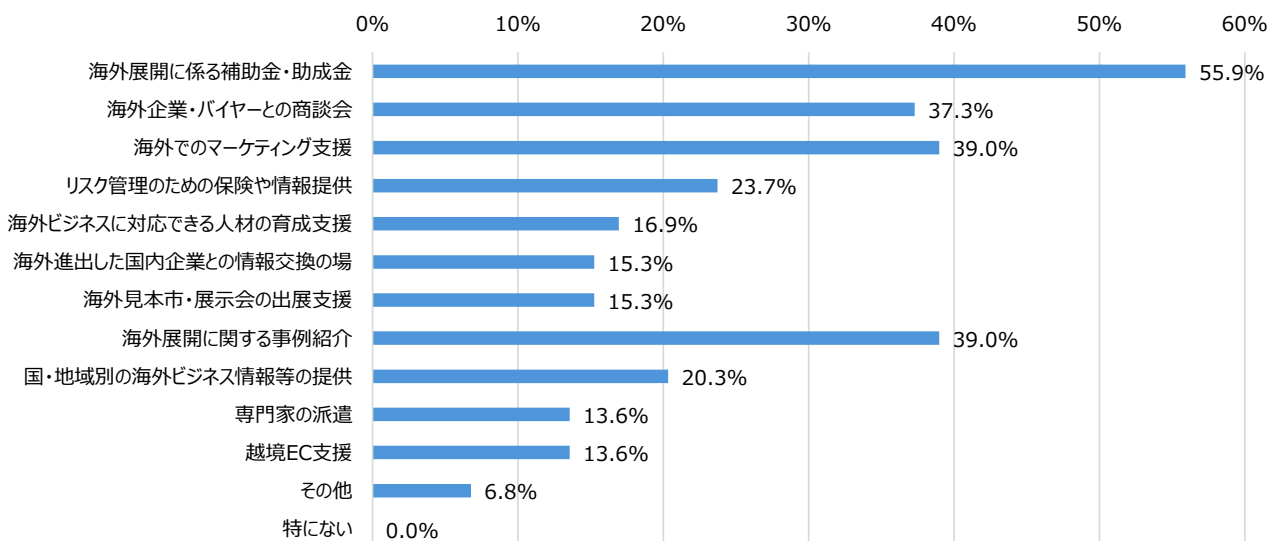
海外販路開拓に取り組むにあたって期待する支援内容



今後、取り組みたい（n=59）

図 IV.4-5（2）

海外販路開拓に取り組むにあたって期待する支援内容



Ⅲ. まとめ

各テーマ共通の課題として、コスト高・コスト削減が挙げられる。対策として、単なる設備の導入・更新にとどまらない生産性向上や、新しいビジネス機会の創出につながる取り組みへの支援が求められる。

1. エネルギーコスト（省エネ）

（１）調査結果

設備導入状況に関しては「照明」と「空調」が最も多いものの、全体の３割弱にとどまり、特に小規模事業所では２割を切っている結果となった。コロナ時の補助金や姫路市の省エネ補助金での更新が進んでいると予想されたが、依然として設備更新の余地があると考えられる。

規模が大きくなるほど取り組みが進んでおり、全体的に取り組んでいる割合が高く、内容の幅も広い傾向にある。

取り組みの目的としては「コスト削減」が圧倒的であり、「環境意識の高まり」は小規模・中規模事業者では低調で、「取引先からの要請」も低い状況である。

課題としては「資金不足」「効果が判断できない」「ノウハウがない」の割合が高く、期待する支援としては「資金支援」と「支援制度に関する情報」の割合が高い結果となった。

（２）今後の取り組みの方向性

小規模・中規模事業者を対象とした支援が求められる。支援機関と連携した生産性向上につながる取り組みの支援や、「支援情報」への関心が高いことから情報発信を行い、支援施策の活用や個別相談につなげることが有効と考えられる。現状では環境対策やカーボンニュートラル対策への関心は低いものの、2026年度に予定されている排出量取引制度の拡充や、大企業での取り組みの進展に伴って中小企業の関心が高まると予測される。カーボンニュートラルの動向や支援制度、先進事例、地元企業の取組に関する情報収集や情報発信・啓発に努める。

2. デジタル技術活用による省力化

（１）調査結果

取り組んでいる内容としては「会計」や「ペーパーレス化」が最も多い。小規模事業者では取り組んでいる割合が全体的に低くなっている。

目的は「コスト削減」「人手不足対策」「働き方改革対応」が多く、すべての業種で同様の傾向が見られる。関心のある項目は「文書の電子化」「定型業務の自動化」「AI」など効率化・省人化に関する内容の割合が高い。

課題としては「知識・ノウハウの不足」「資金不足」「効果が判断できない」が挙げられ、期待する支援としては「支援制度に関する情報」や「資金支援」が求められている。

（２）今後の取り組みの方向性

小規模事業者への支援が求められる。「知識・ノウハウが不足」「効果が判断できない」という回答が多いため、デジタル化人材の育成やデジタル化の段階に応じた支援が有効と考えられる。デジタル化の実践スキルを身につけるためのセミナーの実施や、IT相談窓口・ITコンソーシアムを活用して個別相談に対応、課題解決につなげることで地域のデジタル化推進を図る。

3. 資源の有効利用（サーキュラーエコノミー）

（1）調査結果

認知度が低く、内容の理解において新たなビジネス機会としての認識が弱い。また、資源の有効利用の状況では「廃棄物の削減」や「包装・梱包資材の削減」とコスト削減に関する内容の割合が高く、「再生材リサイクル材料の利用」や「廃棄物の再資源化・有価物化」に取り組んでいる割合は20～30%ほどで、リサイクル法が制定されている原材料・資源で割合が高い傾向が見られた。

「関心の高い分野」では「特になし」が23%である一方、8割弱が何らかの項目に関心があり、その関心の行先は幅広くなっている。

（2）今後の取り組みの方向性

サーキュラーエコノミーは単なる環境対策やコスト削減の取り組みではなく、産業構造の転換やビジネス機会につながる要素であることを周知することが求められる。新たなビジネス機会としての認知度を高めるための情報発信や関連する企業や業界などの情報収集、個別案件の発掘と事業化に向けた支援に取り組むことで当地におけるサーキュラーエコノミーの進展を図る。また、サーキュラーエコノミーは個社での対策が困難となるケースも多いと考えられるため、広域での連携など広く情報収集・発信を行う仕組みの構築を検討する。

4. 円安・海外展開

（1）調査結果

円安はマイナス要因としての認識が圧倒的であり、ビジネス機会（輸出拡大、インバウンド増加）としての認識は低い水準にある。仕入価格や燃料価格の高騰が負担感を大きくしており、取り組まれている対策としては「燃料費等の節約」や「固定費の削減」といったコスト削減に関する内容が上位を占めている。

（2）今後の取り組みの方向性

海外展開に関するノウハウや情報を有する支援機関と連携し、海外販路開拓に関する啓発・情報発信を行い、情報発信から個別相談につなげる。また、直接貿易としては比較的少ない手間とコストで取り組める越境ECの利用促進を図る。

中小企業の経営環境（省エネ、デジタル化、資源有効利用等）に関するアンケート調査

ご回答方法（下記いずれかでご回答いただきますようお願いいたします。）

- (1) 郵送：同封の返信用封筒にてご返送ください。
- (2) FAX：FAX 番号 079-222-6005 まで送付ください。
- (3) グーグルフォーム：右記二次元コードよりアクセスしてください。
- (4) HP回答フォーム：下記 URL からアクセスしてください。

(<https://www.himeji-cci.or.jp/tokei/chosa.html>)



【ご回答期限：2024年7月26日（金）】（姫路商工会議所）

【貴社の概要・状況】

(1)事業所名	
(2)ご記入者名	
(3)ご連絡先	E-mail: _____ TEL: _____ ※メールアドレスもご記入ください。調査結果のご報告を含め、情報提供に活用させていただきます。
(4)業 種	1. 建設業 2. 製造業 3. 情報通信業 4. 運輸業 5. 卸売業 6. 小売業 7. 金融・保険業 8. 不動産業 9. 飲食・宿泊業 10. 医療・福祉 11. 教育・学習支援業 12. サービス業 13. その他（ ）
(5)規 模 (非正規雇用含む)	1. 1～5 人 2. 6～20 人 3. 21～50 人 4. 51～100 人 5. 101～300 人 6. 301 人～ うち、パート・アルバイト _____ 人
(6)2024 年度 売上見込み	1. 増加 2. 横ばい 3. 減少
(7)2024 年度 利益見込み	1. 増加 2. 横ばい 3. 減少

I. エネルギーコスト(省エネ)

問1. エネルギー価格上昇への対策として実施している省エネの取り組みについて、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|---|------------------|------------------------------|
| 1. 省エネ型設備への更新・新規導入 | 2. 運用改善による省エネの推進 | 3. 省エネ診断の実施 |
| 4. 太陽光など再生エネ導入 | 5. 従業員への環境教育 | 6. エコアクション 21 や ISO 等の環境認証取得 |
| 7. エネルギーコストの把握 | 8. CO2排出量の把握 | 9. エネルギーマネジメントシステム(EMS)の導入 |
| 10. 省エネ関連ビジネスの展開(省エネにつながる製品・サービス・技術の開発や販売等) | | |
| 11. その他() | | 12. 特になし |

⇒問1で「1. 省エネ型設備への更新・新規導入」と回答された方にお伺いします。

問1-2. 更新・新規導入された設備について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | | | |
|----------------|---------|-----------|------------|---------------|
| 1. 空調設備 | 2. 照明設備 | 3. 断熱材・設備 | 4. 冷蔵・冷凍設備 | 5. 給湯・給水・排水設備 |
| 6. 再生可能エネルギー設備 | | 7. その他() | | |

⇒問1で「10. 省エネ関連ビジネスの展開」と回答された方にお伺いします。

問1-3. 具体的な展開内容について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | | | |
|----------------|--------------------|------------------|------------|---------------|
| 1. 空調設備 | 2. 照明設備 | 3. 断熱材・設備 | 4. 冷蔵・冷凍設備 | 5. 給湯・給水・排水設備 |
| 6. 再生可能エネルギー設備 | 7. 省エネに関するコンサルティング | 8. 省エネ関連の補助金活用支援 | 9. その他() | |

問2. 省エネに取り組む理由・目的(※取り組みを行っていない方は「理由・目的になり得る」と考えるもの)について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|----------------|------------------|--------------------------------|
| 1. 電気料金などコスト削減 | 2. 省エネ法への対応 | 3. エコアクション 21 や ISO 等の環境認証への対応 |
| 4. 取引先からの要請に対応 | 5. 環境意識の高まりへの対応 | 6. カーボンニュートラルへの対応 |
| 7. SDGs目標への対応 | 8. 新たな成長機会、商機の拡大 | 9. その他() |

問3. 今後取り組みたい内容について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|---|------------------|------------------------------|
| 1. 省エネ型設備への更新・新規導入 | 2. 運用改善による省エネの推進 | 3. 省エネ診断の実施 |
| 4. 太陽光など再生エネ導入 | 5. 従業員への環境教育 | 6. エコアクション 21 や ISO 等の環境認証取得 |
| 7. エネルギーコストの把握 | 8. CO2 排出量の把握 | 9. エネルギーマネジメントシステム(EMS)の導入 |
| 10. 省エネ関連ビジネスの展開(省エネにつながる製品・サービス・技術の開発や販売等) | | |
| 11. その他() | | 12. 特になし |

問4. 取り組みを進める上での課題について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|--------------------------|----------------|----------------------|
| 1. 資金が不足している | 2. 人員が不足している | 3. 設備投資に見合う効果が判断できない |
| 4. 取り組むための知識・ノウハウが不足している | 5. 省エネを行う余地がない | |
| 6. その他() | 7. 特に課題はない | |

問5. 今後省エネを進めるにあたって期待する支援について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | |
|---|-----------------|
| 1.省エネルギー対策や支援制度に関する情報 | 2.他社の取組事例に関する情報 |
| 3.省エネ設備、再エネ導入等に対する資金面での支援(補助金等) | |
| 4.省エネ取組状況に応じたインセンティブ拡充(補助金上乘せ、金融機関による融資優遇等) | |
| 5.省エネに関する相談窓口 | 6.専門家・アドバイザーの派遣 |
| 7.省エネに関連する業者の紹介・マッチング | 8.省エネ人材育成のための支援 |
| 9.省エネ・脱炭素に取り組む企業認証制度の拡充 | |
| 10.その他(|) 11.特にない |

Ⅱ.デジタル技術活用による省力化

問1. 貴社で実施したデジタル化への取り組みについて、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|--|------------------|------------------------|
| 1.定型業務の自動化 | 2.会計・経理処理のデジタル化 | 3.ロボット活用 |
| 4.AI 活用 | 5.文書の電子化・ペーパーレス化 | 6.社内の情報共有・コミュニケーション活性化 |
| 7.営業活動・会議のオンライン化 8.在宅勤務・テレワークの推進 9.オンライン決済・POS システムの導入 | | |
| 10. HP・SNS 活用 11.セキュリティ対策の強化 12.その他() | | |
| 13.取り組んでいない | | |

⇒問1で「選択肢1～12」と回答された方(=なんらかの取り組みを行っている方)にお伺いします。

問1-2. デジタル化に取り組んだ目的について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | | |
|------------------------------------|----------|-------------|--------|
| 1.コスト削減 | 2.人手不足対策 | 3.働き方改革への対応 | 4.販路開拓 |
| 5.製品・サービスの品質向上 6.取引先からの要請 7.その他() | | | |

問2. 今後推進したい・関心のあるデジタル化の取り組みについて、該当するものをすべて選択してください。

(複数回答)

- | | | | |
|------------------------|----------|--------------------|------------------|
| 1.定型業務の自動化 | 2.ロボット活用 | 3. AI 活用 | 4.文書の電子化・ペーパーレス化 |
| 5.社内の情報共有・コミュニケーション活性化 | | 6.営業活動・会議のオンライン化 | |
| 7.在宅勤務・テレワークの推進 | | 8.電子決済・POS システムの導入 | |
| 9.HP・SNS 活用 | | 10.セキュリティ対策の強化 | |
| 11.その他() | | | |

問3. 取り組みを進める上での課題について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | |
|----------------------------------|-------------------------|
| 1.資金が不足している | 2.人員が不足している |
| 3.投資に見合う効果が判断できない | 4.取り組むための知識・ノウハウが不足している |
| 5.何を導入すべきか、どう仕事のやり方を変革すべきかわからない | |
| 6.業務のやり方を変えることに対して社内で理解が得られない | |
| 7.既存の業務やシステムと、導入したいツール・システムが合わない | |
| 8.その他() 9.特に課題はない | |

問4. 今後デジタル化に取り組む上で期待する支援について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

1. デジタル化推進や支援制度に関する情報	2. 他社の取組事例に関する情報
3. 投資に対する資金面での支援(補助金等)	4. デジタル化に関する相談窓口
5. 専門家・アドバイザーの派遣	6. デジタル化に関連する業者の紹介・マッチング
7. 社内人材育成のための支援	8. その他()
9. 特にない	

問5. 自社で提供している省力化に関連する製品・サービスはありますか? 下記より1つ選択してください。

1. ある	2. ない
-------	-------

⇒問5で「1. ある」と回答された方にお伺いします。

問5-2. 製品・サービスの内容を教えてください。(自由記述)

--

Ⅲ. 資源の有効利用(サーキュラーエコノミー)

近年、廃棄物問題や気候変動等の環境制約に加え、世界的な資源需要と地政学的なリスクの高まりといった資源制約の観点から、資源に繰り返し価値を与え循環させる「サーキュラーエコノミー(循環経済)」への移行が喫緊の課題となっています。サーキュラーエコノミー(循環経済)とは、従来の大量生産・大量消費・大量廃棄の一方通行の経済ではなく、製造から廃棄までのあらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図りつつ、付加価値の最大化を図り、企業の収益につなげる経済のことです。

(例)・廃棄されていた規格外野菜を加工食品の原料として活用する。

・廃棄されたプラスチック容器を溶かして再びプラスチック原料に戻した後、新たな製品に加工する。

・使い捨てにされていた製品の設計を見直し、何度も再利用できる製品にする。

問1. “サーキュラーエコノミー(循環経済)”をご存じですか? 下記より1つ選択してください。

1. 言葉も意味もよく知っており、内容を人に説明できる	2. 言葉を知っていて、意味もある程度知っている
3. 言葉の意味は聞いたことがあるが、理解できていない	4. 今回のアンケートで初めて知った

問2. サーキュラーエコノミーは、今後の事業運営(企業経営)に関わる取り組みだと思いますか? 下記より1つ選択してください。

1. とてもそう思う	} 問2-2へ	3. あまりそう思わない	} 問2-3へ(5ページ)
2. ややそう思う		4. まったくそう思わない	

⇒問2で「1. とてもそう思う 2. ややそう思う」と回答された方にお伺いします。

問2-2. そう思う理由について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

1. 企業の社会的責任として取り組む必要がある	2. 環境・社会・経済の持続可能性の観点から取り組む必要がある
3. 競争力強化の効果が期待できる	4. コスト削減の効果が期待できる
5. 取引先から要請がある／今後あると予想される	6. 人材確保・採用に効果が期待できる
7. 新たなビジネス創出につながる	8. その他()

⇒問2-2で「7. 新たなビジネス創出につながる」と回答された方にお伺いします。

問2-2-2.その内容について、ご記入ください。(自由記述)

--

⇒問2で「3. あまりそう思わない 4. まったくそう思わない」と回答された方にお伺いします。

問2-3. そう思わない理由について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

1.サーキュラーエコノミーの内容がよくわからない	2.取り組むメリットがわからない
3.社会的な認知度が高まっていない	4.自社の事業活動とは関わりがない又は薄い
5.取り組むための資金や人材が不足している	6.その他()

問3.資源の有効利用に関する取り組み状況について、項目ごとに該当する選択肢1つに○を付けてください。

①	廃棄物の削減	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
②	包装・梱包資材の削減	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
③	原材料に再生材料・リサイクル材料を利用	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
④	機械や備品に関してできるだけ中古品・リサイクル品を利用	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
⑤	廃棄物の再資源化・有価物化	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
⑥	リサイクルしやすい製品や部品の開発・製造	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
⑦	ライフサイクルアセスメント(LCA)の実施	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない
⑧	その他	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない

⇒問3で「3. 原材料に再生材料・リサイクル材料」に「取り組んでいる」又は「今後、取り組みたい」と回答された方にお伺いします。

問3-2.どの原材料が該当しますか。該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | | | |
|-----------|---------|--------|--------------------|-------------|
| 1.動物性原料 | 2.植物性原料 | 3.金属鉱物 | 4.非金属鉱物(岩石・粘土・砂利等) | 5.樹脂・プラスチック |
| 6.繊維・紡績原料 | 7.紙・パルプ | 8.ガラス | 9.その他() | |

⇒問3で「5. 廃棄物の再資源化・有価物化」に「取り組んでいる」又は「今後、取り組みたい」と回答された方にお伺いします。

問3-3.再資源化・有価物化の内容についてお伺いします。該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | | | |
|--------------|-------------|--------|----------------|-------------|
| 1.食品 | 2.飼料・肥料 | 3.金属原料 | 4.非金属原料(セメント等) | 5.樹脂・プラスチック |
| 6.衣類・繊維・紡績原料 | 7.紙製品・紙・パルプ | 8.ガラス | 9.燃料 | |
| 10.その他() | | | | |

問4. 資源の有効利用について関心のある分野について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|----------------------------|--------------------------|------------------|
| 1.太陽光パネルの再利用・再資源化 | 2.廃プラスチックの再利用・再資源化 | 3.廃食用油の再利用・再資源化 |
| 4.食品ロスの削減 | 5.食品製造工程で発生する残さの再利用・再資源化 | 6.衣類の再利用・再資源化 |
| 7.レアメタルの再利用・再資源化 | 8.次世代エネルギー | 9.電池の再利用・再資源化 |
| 10.家電の再利用・再資源化 | 11.自動車・部品の再利用・再資源化 | 12.建設資材の再利用・再資源化 |
| 13.シェアリング・サブスクリプションサービスの提供 | 14.その他() | |
| 15.特になし | | |

問5.サーキュラーエコノミーや資源循環社会づくりの推進について、ご意見、ご要望などありましたら、ご自由にご記入ください。(自由記述)

IV.円安・海外展開

問1. 円安のメリットについて、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|-------------------|-------------------|---------------|
| 1.取引先の輸出増加による受注増加 | 2.取引先の国内回帰による受注増加 | 3.自社の直接輸出額の増加 |
| 4.海外での販売額の増加 | 5.為替差益による収益増加 | 6.インバウンド需要の増加 |
| 7.その他() | | 8.特になし |

問2. 円安によるデメリットについて、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | | |
|-----------------|--------------------|-----------------------|
| 1.原材料・商品仕入価格の上昇 | 2.燃料価格の上昇 | 3.コスト増加分の価格転嫁による販売量減少 |
| 4.取引先からの値下げ要請 | 5.物価上昇による消費マインドの悪化 | 6.為替差損による収益減少 |
| 7.その他() | | 8.特になし |

問 3.円安が経営に与えるトータルの影響について、下記より1つ選択してください。

1.経営にとってプラス	2.どちらかといえば経営にとってプラス
3.どちらでもない	
4.どちらかといえば経営にとってマイナス	5.経営にとってマイナス

問 4.円安の進行に伴う具体的な対応策について、項目ごとに該当する選択肢1つに○を付けてください。

①	海外販路開拓（越境 EC を含む輸出）	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	} ※問 4-2～4-5 へ
②	商品・サービス価格への転嫁	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
③	仕入先・仕入方法・仕入価格の見直し	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
④	為替予約等によるリスクヘッジ	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
⑤	設備投資や人材育成等による生産性の向上	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
⑥	インバウンド需要への対応強化	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
⑦	燃料費等の節約	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
⑧	固定費の削減	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
⑨	輸入品から国産品への切り替え	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	
⑩	その他	1. 取り組んでいる 2. 今後、取り組みたい 3. 取り組んでおらず予定もない	

⇒以下、問4-2～4-5の設問は、問 4 で「1.海外販路開拓に取り組んでいる」又は「今後、取り組みたい」と回答された方に伺います。

問4-2.「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」内容について、項目ごとに該当する選択肢すべてに○を付けてください。(複数回答)

No	回答	取り組んでいる	今後、取り組みたい
①	海外の顧客に直接販売		
②	国内の代理店や商社を通して海外の顧客に販売		
③	海外の代理店や商社を通して海外の顧客に販売		
④	越境 EC サイトを利用して販売		
⑤	海外に営業拠点や製造拠点を設置		
⑥	その他()		

問4-3.「取り組んでいる」「今後、取り組みたい」地域について、項目ごとに該当する選択肢すべてに○を付けてください。(複数回答)

No	回答	取り組んでいる	今後、取り組みたい
①	中国		
②	香港・マカオ		
③	台湾		
④	韓国		
⑤	シンガポール		
⑥	タイ		
⑦	ベトナム		
⑧	インドネシア		
⑨	その他アジア(国名:)		
⑩	米国		
⑪	米国以外の北米・南米(国名:)		
⑫	オーストラリア		
⑬	その他オセアニア(国名:)		
⑭	欧州・ロシア(国名:)		
⑮	中東・アフリカ(国名:)		

問4-4.海外販路開拓に取り組むにあたって不足・課題とを感じる項目について、該当するものを3つまで選択してください。(複数回答)

- | | |
|--------------------------|----------------------------|
| 1.海外事業に対応できる人材がない | 2.言語面で現地とのコミュニケーションに不安がある |
| 3.海外の商習慣や法規制がわからない | 4.為替変動リスクがある |
| 5.現地パートナーを見つけられない | 6.資金が不足している |
| 7.地政学上のリスク(紛争、政情不安など)がある | 8.海外のインフラに不安がある |
| 9.現地ニーズに対応した商品・製品を開発できない | 10.知的財産や技術・ノウハウが流出するリスクがある |
| 11.どの国・地域に展開すればよいかわからない | 12.その他() |

問4-5.海外販路開拓に取り組むにあたって期待する支援内容について、該当するものをすべて選択してください。(複数回答)

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1.海外展開に関する事例紹介 | 2.海外企業・バイヤーとの商談会 |
| 3.海外進出した国内企業との情報交換の場 | 4.国・地域別の海外ビジネス情報等の提供 |
| 5.海外展開に係る補助金・助成金 | 6.リスク管理のための保険や情報提供 |
| 7.海外でのマーケティング支援 | 8.海外見本市・展示会の出展支援 |
| 9.専門家の派遣 | 10.越境 EC 支援 |
| 11.海外ビジネスに対応できる人材の育成支援 | 12.その他() |
| 13.特になし | |

アンケート調査は以上で終了です。ご協力、誠にありがとうございました。今後、ご回答いただいた内容をもとに、ご本人様に問い合わせをさせていただく場合がありますので、当アンケート用紙を複写・保存していただきますよう、ご協力をお願いします。

姫 路 商 工 会 議 所

姫 路 経 済 研 究 所

〒670-8505 姫路市下寺町 43 番地

T E L 079 - 223 - 6555

F A X 079 - 222 - 6005