

(2022年度)

アフターコロナ・ウィズコロナに向けた事業所動向に関する調査報告書

1. 調査目的：新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響、環境・脱炭素やSDGsへの取り組みについて調査し、実態を把握・分析することにより、今後の支援策の検討に活用する。
2. 調査期間：2022年12月26日～2023年2月3日
3. 調査対象先：姫路商工会議所・姫路市商工会の会員事業所
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。

(調査事業所数と回答率)

対象事業所数	回答事業所数	回答率
5,960	1,165	19.5%

(回答事業所の規模別構成比)

	事業所数	構成比
全 体	1,165	100.0%
小規模	714	61.3%
中規模	403	34.6%
大規模	48	4.1%

【小規模】

- 「1～5人」：情報通信業、卸売業、小売業、飲食・宿泊業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業
- 「1～20人」：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、不動産業

【中規模】

- 「6～50人」：小売業、飲食・宿泊業
- 「6～100人」：情報通信業、卸売業、医療・福祉、教育・学習支援業、サービス業
- 「21～300人」：建設業、製造業、運輸業、金融・保険業、不動産業

【大規模】：上記【小規模】【中規模】を除く区分。

(回答事業所の業種別構成比)

	事業所数	構成比
全 体	1,165	100.0%
建設業	226	19.4%
製造業	209	17.9%
卸売業	117	10.0%
小売業	158	13.6%
サービス業	233	20.0%
その他	222	19.1%
情報通信業	17	1.5%
運輸業	35	3.0%
金融・保険業	19	1.6%
不動産業	46	3.9%
飲食・宿泊業	69	5.9%
医療・福祉	26	2.2%
教育・学習支援業	10	0.9%

目次

調査概要

1. 回答事業所の属性（規模・業種）	1
2. 回答事業所の2022年度売上見込み（前年度比）	2

調査結果

I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

1. 新型コロナウイルス感染症

（1）企業活動におけるコロナ感染症の影響	3
（2）コロナ禍前の売上水準回復時期	4
（3）コロナ感染症発現以降の「労働・就業環境面の変化」	5
（4）コロナ感染症発現以降の「事業活動上の変化」	7

2. 原材料価格等

（1）原油・原材料価格の上昇による影響	9
（2）原油・原材料価格の上昇に対する商品・サービスの「過去1年間」の値上げ状況	11
（3）原油・原材料価格の上昇に対する商品・サービスの「今年1年間」の値上げ予定	12
（4）電気料金の上昇による影響	13
（5）ガス料金の上昇による影響	14
（6）価格転嫁に関する懸念・負担事項	15

3. 為替変動

（1）現在の為替（円安）による影響	17
（2）現在の為替（円安）による影響への対策	19

4. 今後の経営方針で重視する点

5. 今後利用したい支援内容

II. 環境・脱炭素への取り組みについて

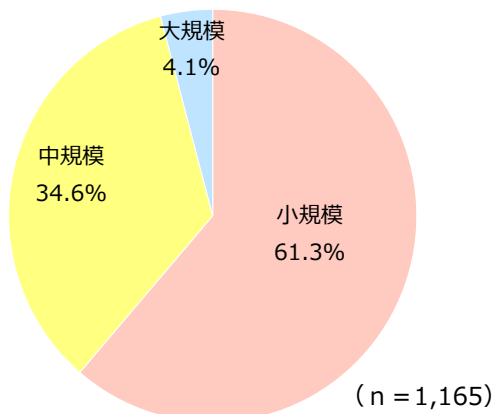
1. 環境への取り組みを行う目的	25
2. 経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標の盛り込み状況	27
3. 環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題や理由	29
4. 環境への取り組み状況	31

5. 脱炭素化につながる設備導入・利用状況	
(1) 再エネ設備及び省エネ設備等に関すること	33
(2) 社内での行動	35
6. エネルギー使用量の把握状況	37
7. エネルギー使用量等の削減目標の設定状況	38
8. 顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請	39
9. 環境等に配達した調達	41
10. 脱炭素に取り組む際に必要と思われる支援	43
11. 脱炭素化につながる設備導入・利用状況	
(1) 環境【Environment】	45
(2) 社会【Society】	47
(3) 管理体制【Governance】	49
Ⅲ. S D G s への取り組みについて	
1. S D G s の認知度と取り組み状況	51
2. (1) 事業活動として取り組む（予定含む）S D G s のゴール	53
(2) 具体的な取り組み事例（予定含む）	55
3. S D G s に取り組もうと思ったきっかけ	57
4. S D G s に取り組むにあたって期待される効果	59
5. S D G s に取り組んでいない理由や課題	61
6. S D G s に取り組むための有効な支援	63
Ⅳ. 相談先（支援先）	
1. コロナ・原材料高等	65
2. 環境・脱炭素	67
3. S D G s	69
調査結果の概況	
調査結果の概況	71
資料編（クロス集計）	74
資料編（調査票）	

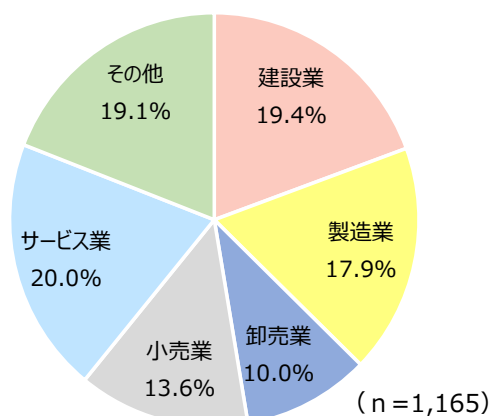
回答事業所の属性（規模・業種）

業種別／規模別	小規模		中規模		大規模		全体(n=1,165)	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
建設業(n=226)	187	82.7%	38	16.8%	1	0.4%	226	19.4%
製造業(n=209)	128	61.2%	73	34.9%	8	3.8%	209	17.9%
卸売業(n=117)	24	20.5%	90	76.9%	3	2.6%	117	10.0%
小売業(n=158)	112	70.9%	35	22.2%	11	7.0%	158	13.6%
サービス業(n=233)	126	54.1%	96	41.2%	11	4.7%	233	20.0%
その他(n=222)	137	61.7%	71	32.0%	14	6.3%	222	19.1%
情報通信業(n=17)	5	29.4%	10	58.8%	2	11.8%	17	1.5%
運輸業(n=35)	18	51.4%	15	42.9%	2	5.7%	35	3.0%
金融・保険業(n=19)	16	84.2%	0	0.0%	3	15.8%	19	1.6%
不動産業(n=46)	43	93.5%	3	6.5%	0	0.0%	46	3.9%
飲食・宿泊業(n=69)	45	65.2%	20	29.0%	4	5.8%	69	5.9%
医療・福祉(n=26)	8	30.8%	15	57.7%	3	11.5%	26	2.2%
教育・学習支援業(n=10)	2	20.0%	8	80.0%	0	0.0%	10	0.9%
全体(n=1,165)	714	61.3%	403	34.6%	48	4.1%	1,165	100.0%

(1) 規模



(2) 業種



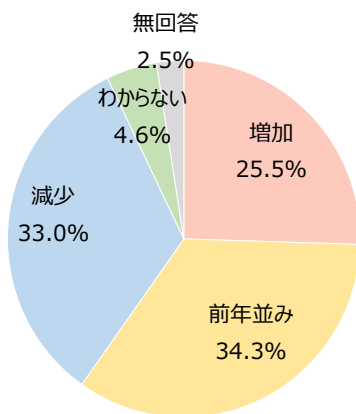
回答事業所の2022年度売上見込み（前年度比）

2022年度売上見込み（前年度比）については、「増加」と回答した割合は25.5%、「前年並み」が34.3%、「減少」が33.0%、「わからない」が4.6%となっている。

規模別では、規模が大きいほど、「増加」の割合が高い。小規模は、大規模に比べて、「減少」の割合が多い。

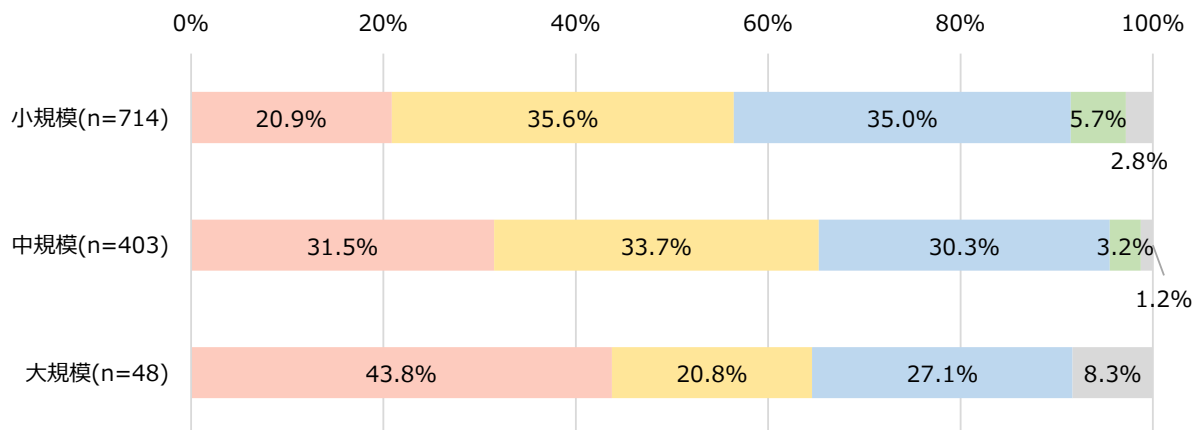
業種別では、卸売業（32.5%）、製造業（30.6%）が「増加」と回答した割合が高い。一方、小売業（46.8%）、建設業（35.4%）が「減少」と回答した割合が高くなっている。

2022年度売上見込み（前年度比）

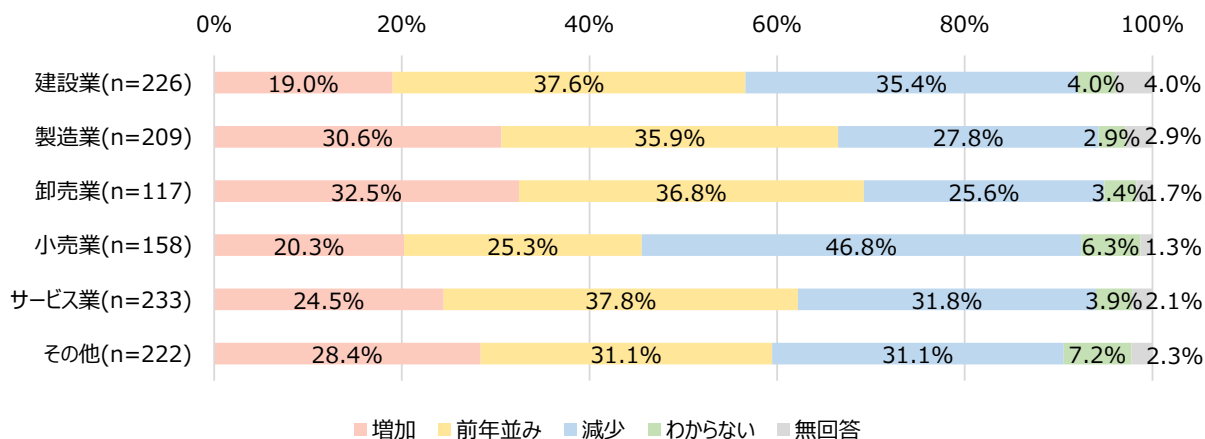


(n = 1,165)

規模別／構成比



業種別／構成比



■ 増加 ■ 前年並み ■ 減少 ■ わからない ■ 無回答

I. 新型コロナウイルス・原材料高・為替変動等の影響について

1. 新型コロナウイルス

(1) 企業活動におけるコロナ感染症の影響

企業活動におけるコロナ感染症の影響については、「影響を受けている」(65.8%)の割合が最も高く、「影響を受けたが解消」(19.1%)、「影響なし」(14.6%)と続いている。

規模別では、小規模(16.5%)、中規模(12.4%)、大規模(4.2%)が「影響なし」と回答している。大規模の方が、小規模・中規模に比べて、影響を受けた割合が多い。

業種別では、小売業が影響を受けた割合が最も高い(79.1%)。

図 I.1 (1) ① 企業活動におけるコロナ感染症の影響

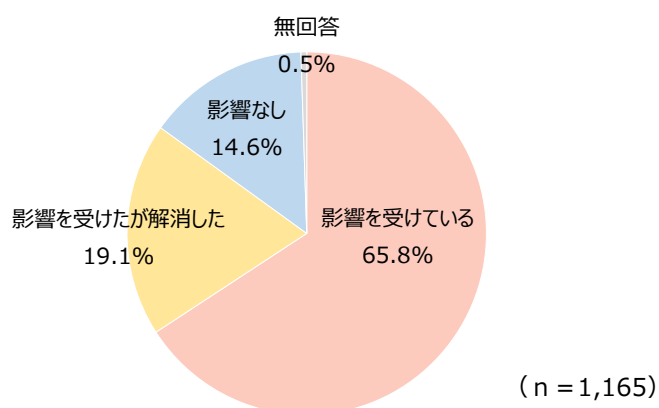


図 I.1 (1) ②

規模別／構成比

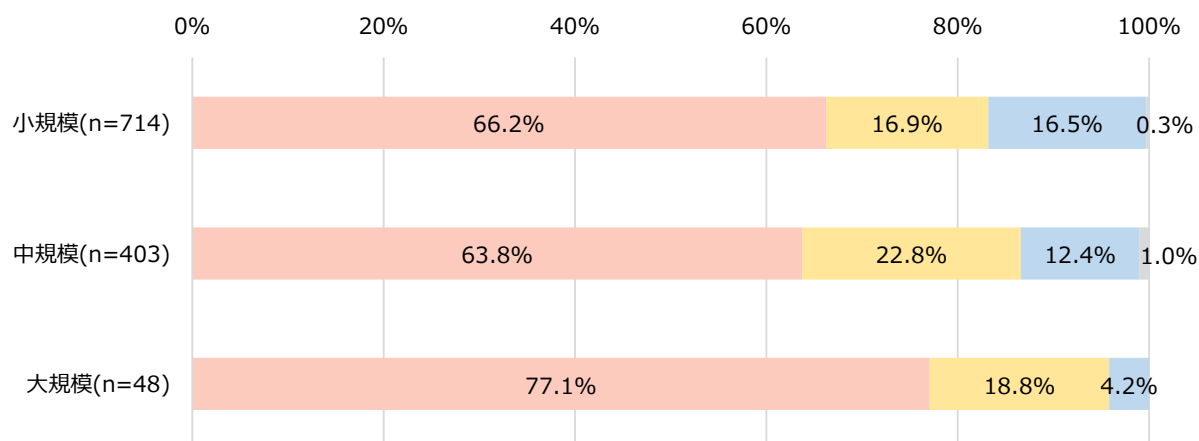
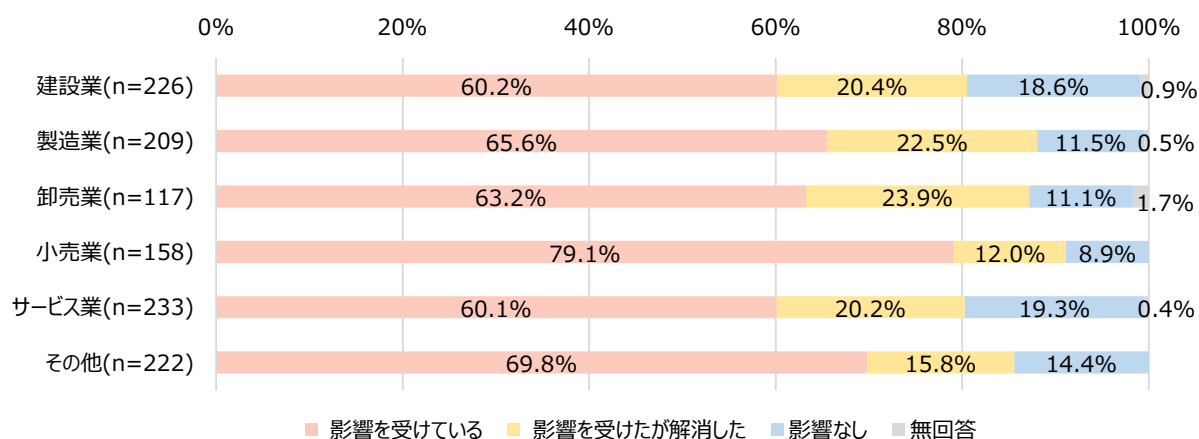


図 I.1 (1) ③

業種別／構成比



I. 新型コロナウイルス・原材料高・為替変動等の影響について

1. 新型コロナウイルス

(2) コロナ禍前の売上水準回復時期

コロナ禍前の売上水準回復時期については、「わからない」(39.8%)の割合が最も高く、「既に回復している」(17.3%)、「影響は受けていない」(15.7%)、「来年度以降回復見込み」(15.5%)、「回復は見込めない」(10.8%)と続いている。

規模別では、大規模は「既に回復している」(31.3%)、「来年度以降回復見込み」(25.0%)と続く一方、小規模では、「わからない」(45.5%)が半数近くを占めている。

業種別では、小売業(48.1%)、建設業(45.6%)は「わからない」と回答した割合が高い。小売業(20.9%)は、他業種に比べて、「回復は見込めない」の割合が高い。

図 I.1 (2) ① コロナ禍前の売上水準回復時期

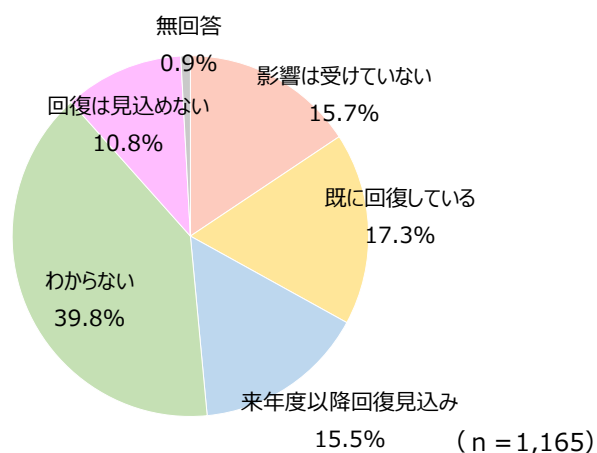


図 I.1 (2) ②

規模別／構成比

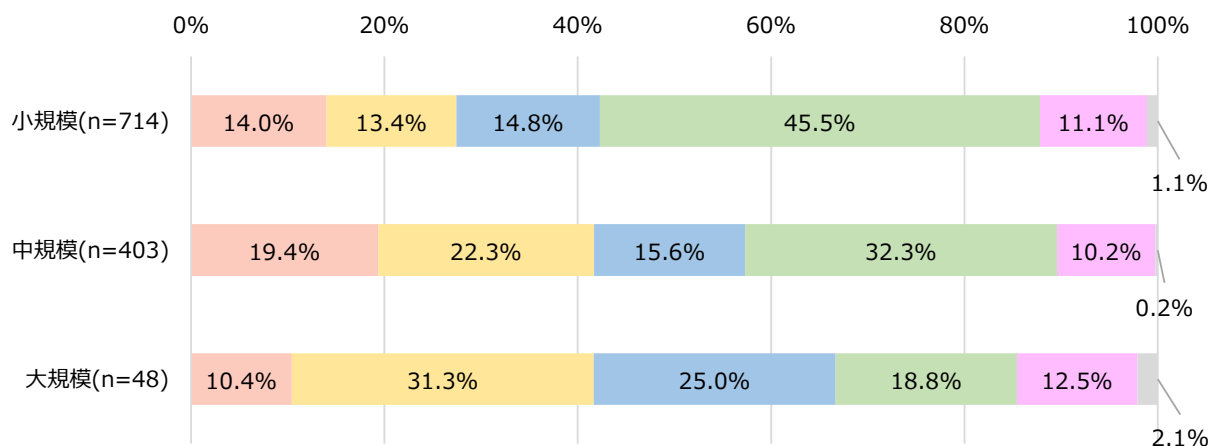
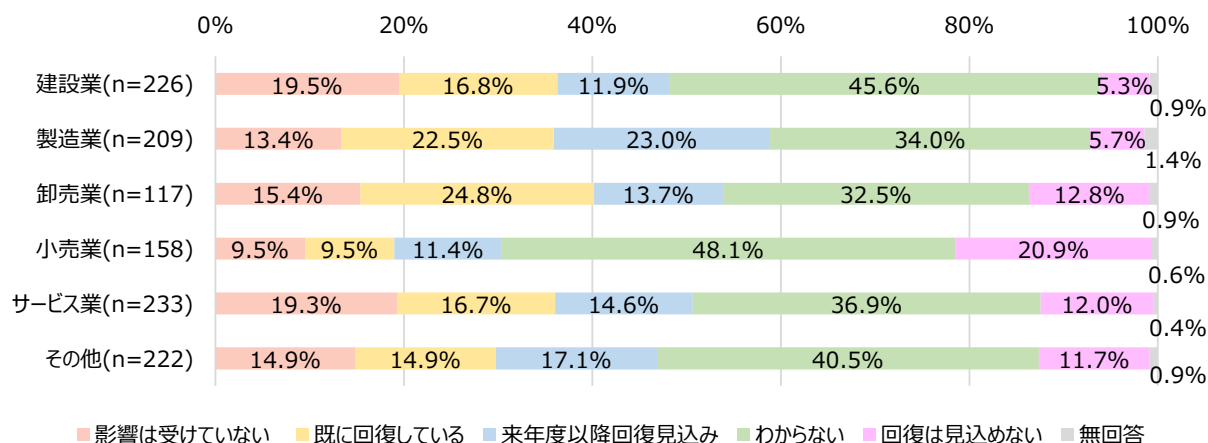


図 I.1 (2) ③

業種別／構成比



影響は受けていない 既に回復している 来年度以降回復見込み わからない 回復は見込めない 無回答

I. 新型コロナ感染症・原材料高・為替変動等の影響について

1. 新型コロナ感染症

(3) コロナ感染症発現以降の「労働・就業環境面の変化」(複数回答)

コロナ感染症発現以降の「労働・就業環境面の変化」については、「長時間労働の是正（残業制限、有給取得推進等）」（38.5%）の割合が最も高く、「柔軟な就業環境整備（在宅勤務、テレワーク等）」（29.7%）、「多様性を受け入れる職場風土づくり」（21.9%）、「従業員の健康増進（ストレスチェック導入等）」（20.3%）、「病気・育児・介護等と仕事の両立推進」（15.8%）と続いている。

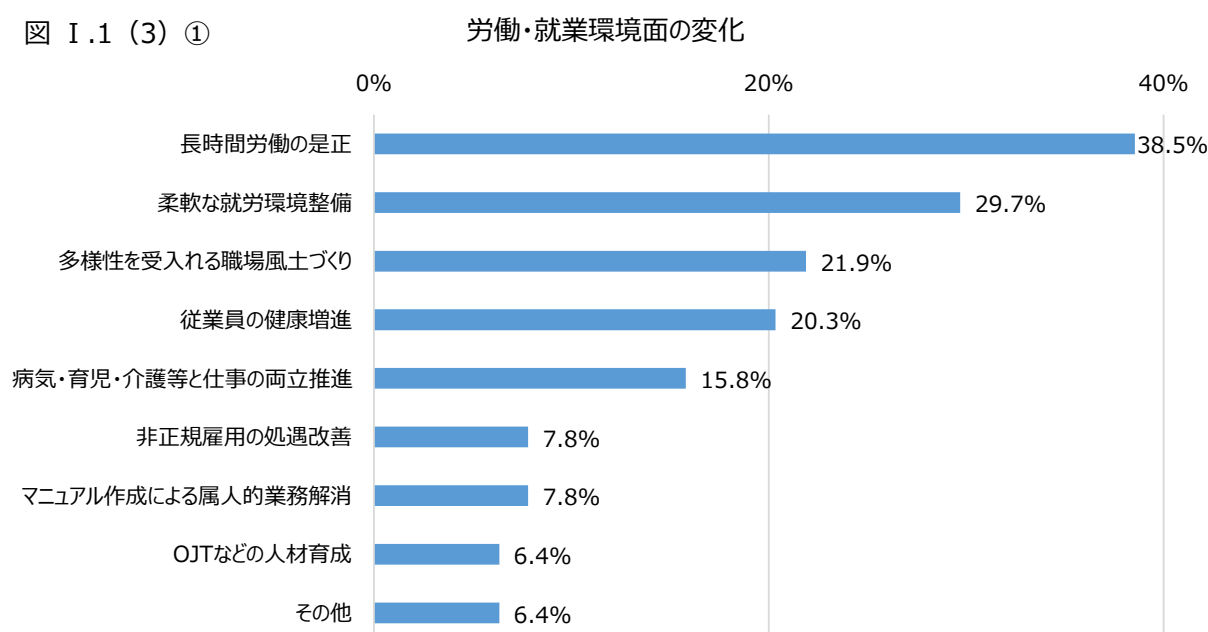
規模別では、規模に関わらず、「長時間労働の是正（残業制限、有給取得推進等）」の回答率がトップとなっている。小規模・中規模に比べて、大規模（16.7%）は「病気・育児・介護等と仕事の両立推進」「マニュアル作成による属人的業務の解消」「OJTやOff-JT、自己啓発支援などの人材育成」の割合が高い。

業種別では、卸売業（48.7%）、製造業（45.0%）、小売業（41.1%）、建設業（39.4%）が「長時間労働の是正（残業制限、有給取得推進等）」の割合が高く、サービス業（41.2%）では「柔軟な就業環境整備（在宅勤務、テレワーク等）」の割合が高い。また、製造業（11.0%、10.5%）は、他業種に比べて、「マニュアル作成による属人的業務の解消」「OJTやOff-JT、自己啓発支援などの人材育成」への変化の割合が多い。

表 I.1 (3) コロナ感染症発現以降の「労働・就業環境面の変化」 (n=1,165)

労働・就業環境面の変化	件数	回答率
長時間労働の是正（残業制限、有給取得推進等）	449	38.5%
柔軟な就業環境整備（在宅勤務、テレワーク等）	346	29.7%
多様性を受け入れる職場風土づくり	255	21.9%
従業員の健康増進（ストレスチェック導入等）	237	20.3%
病気・育児・介護等と仕事の両立推進	184	15.8%
非正規雇用の処遇改善	91	7.8%
マニュアル作成による属人的業務の解消	91	7.8%
OJTやOff-JT、自己啓発支援などの人材育成	74	6.4%
その他	74	6.4%

図 I.1 (3) ①



規模別・業種別

図 I.1 (3) ②

規模別／回答率

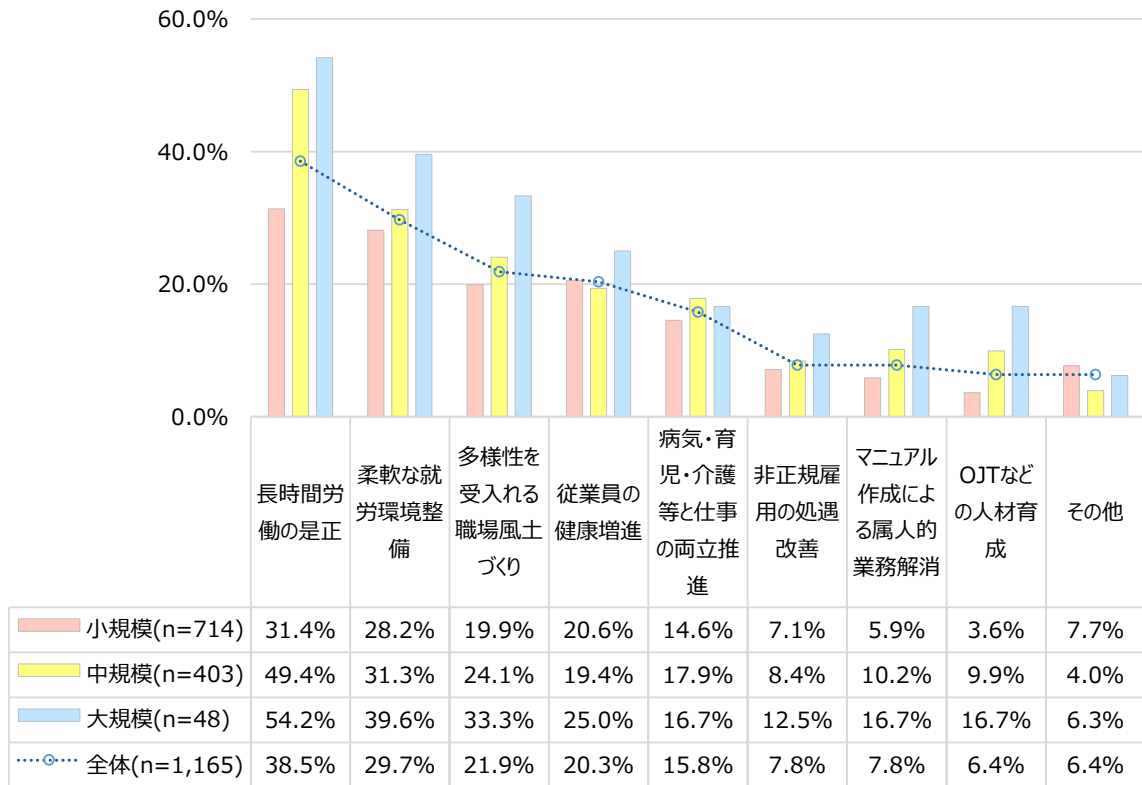
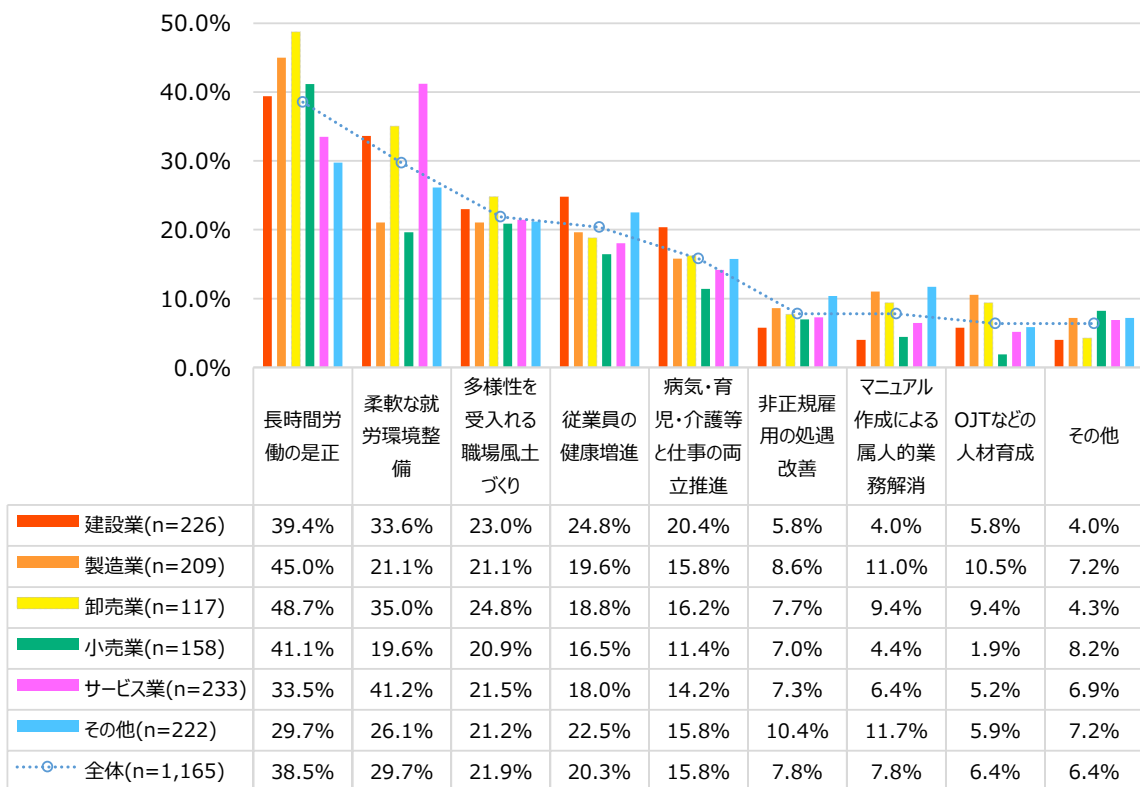


図 I.1 (3) ③

業種別／回答率



I. 新型コロナ感染症・原材料高・為替変動等の影響について

1. 新型コロナ感染症

(4) コロナ感染症発現以降の「事業活動上の変化」(複数回答)

コロナ感染症発現以降の「事業活動上の変化」については、「仕入・調達コストが上昇した」(55.9%)の割合が最も高く、「仕入・出荷など物流が停滞・遅延した(輸出入含む)」(34.8%)、「物流コストが増加した」(30.6%)、「休業や営業(稼働)日数・営業(稼働)時間の減少を余儀なくされた」(27.4%)と続いている。

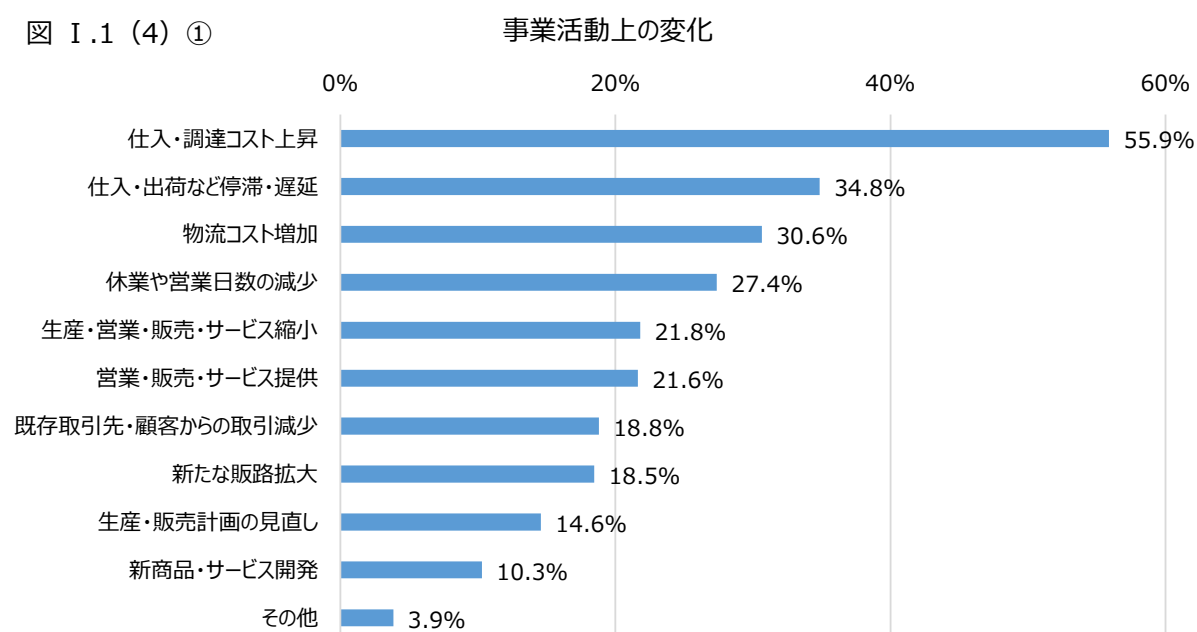
規模別では、規模に関わらず、「仕入・調達コストが上昇した」の回答率がトップとなっている。小規模(20.6%)は、中規模・大規模に比べて、「既存取引先・顧客からの取引が減少・打ち切られた」の割合が高い。

業種別では、卸売業・製造業・建設業・小売業、サービス業が、仕入・出荷・調達・物流などの面で影響を受けている割合が高い。

表 I.1 (4) コロナ感染症発現以降の「事業活動上の変化」 (n=1,165)

事業活動上の変化	件数	回答率
仕入・調達コストが上昇した	651	55.9%
仕入・出荷など物流が停滞・遅延した(輸出入含む)	406	34.8%
物流コストが増加した	357	30.6%
休業や営業(稼働)日数・営業(稼働)時間の減少を余儀なくされた	319	27.4%
生産・営業・販売・サービス提供の縮小を余儀なくされた	254	21.8%
営業・販売・サービス提供をオンラインで実施した	252	21.6%
既存取引先・顧客からの取引が減少・打ち切られた	219	18.8%
新たな販路拡大に取り組んだ	215	18.5%
生産・販売計画の見直しを迫られた	170	14.6%
新商品・サービスの開発を実施した	120	10.3%
その他	45	3.9%

図 I.1 (4) ①



規模別・業種別

図 I.1 (4) ②

規模別／回答率

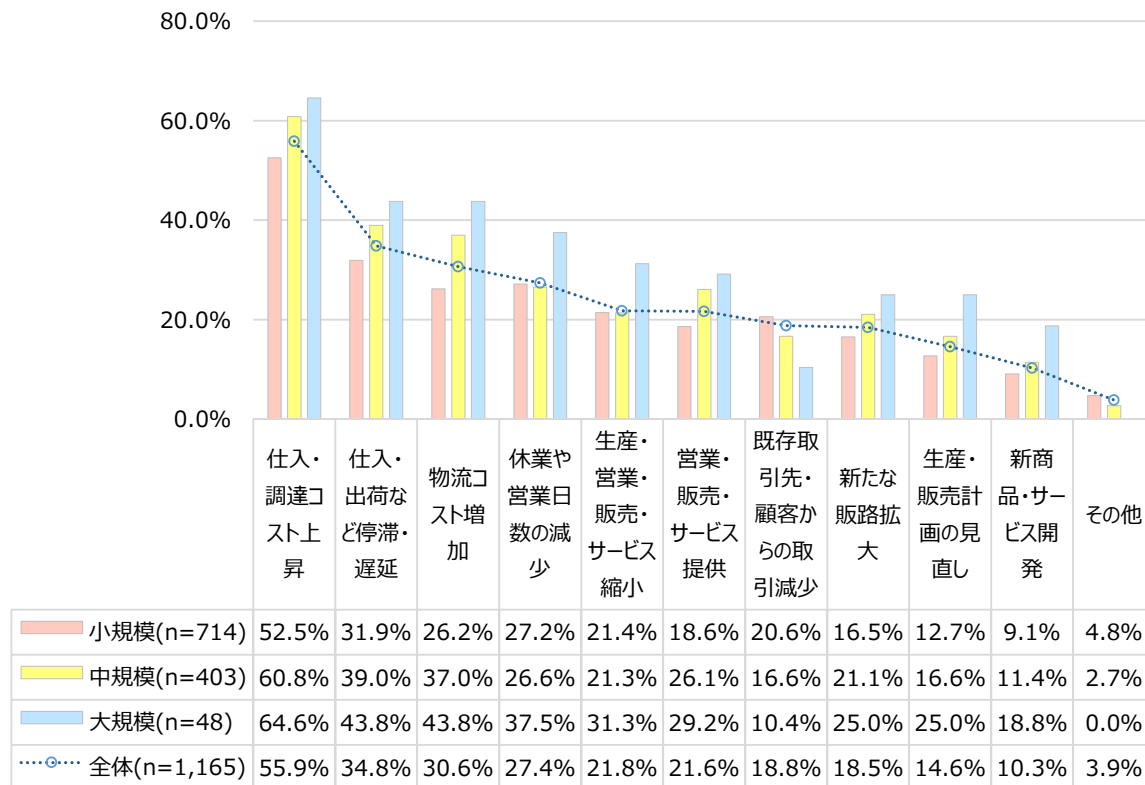
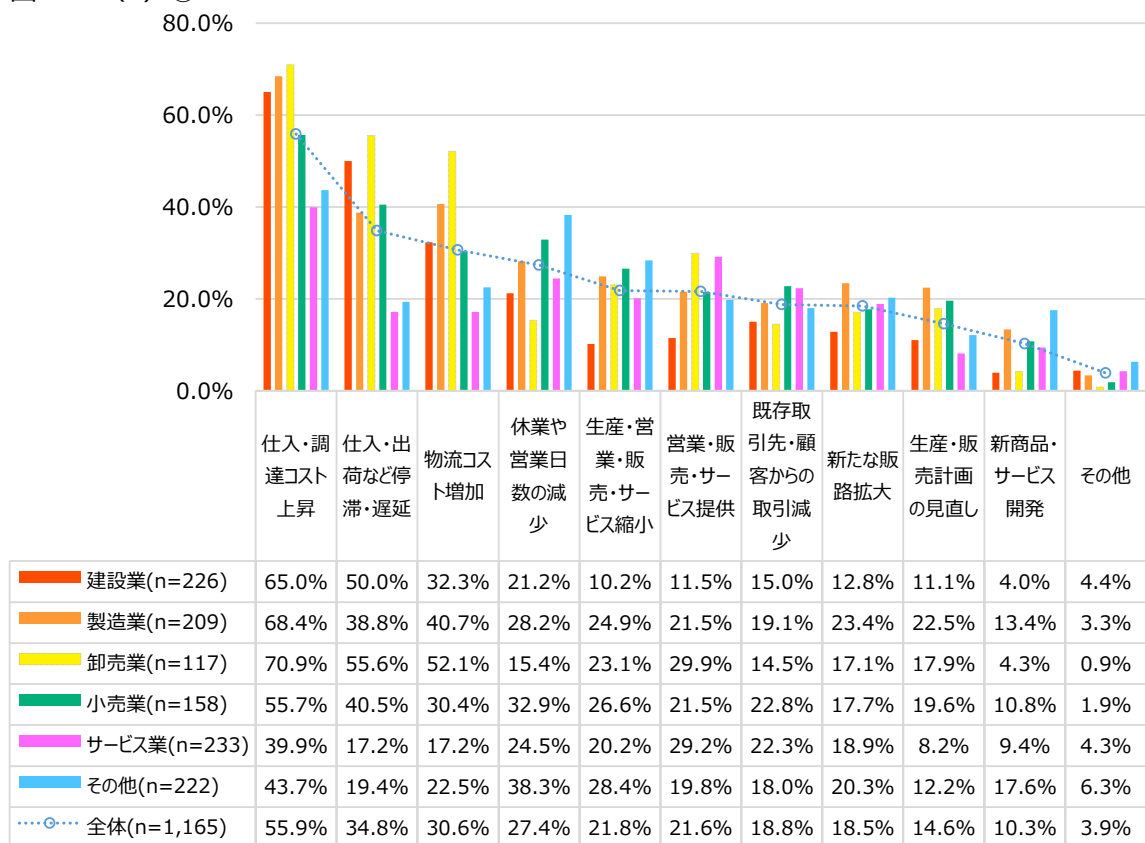


図 I.1 (4) ③

業種別／回答率



I. 新型コロナウイルス・原材料高・為替変動等の影響について

2. 原材料価格等

(1) 原油・原材料価格の上昇による影響

原油・原材料価格の上昇による貴社の影響については、「影響がある」(84.3%)の割合が最も高く、「影響はない」(7.8%)、「わからない」(6.6%)と続いている。

規模別では、大規模(89.6%)・中規模(87.3%)は「影響がある」の割合が高い。

業種別では、製造業(92.8%)・卸売業(92.3%)・建設業(91.2%)の9割以上が「影響がある」と回答している。

図 I.2 (1) ① 原油・原材料価格の上昇による影響

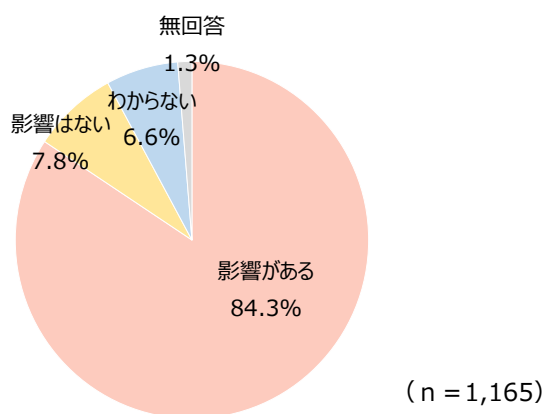


図 I.2 (1) ②

規模別／構成比

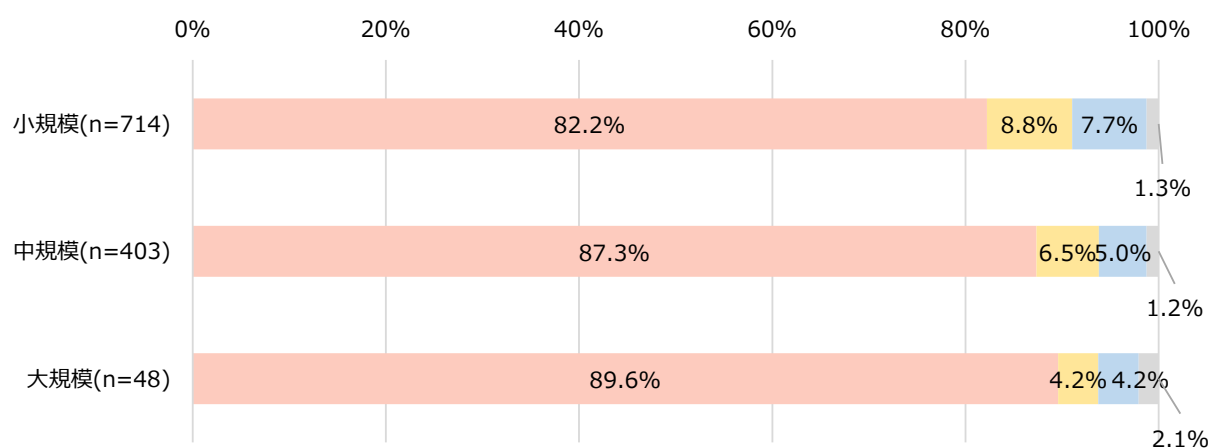
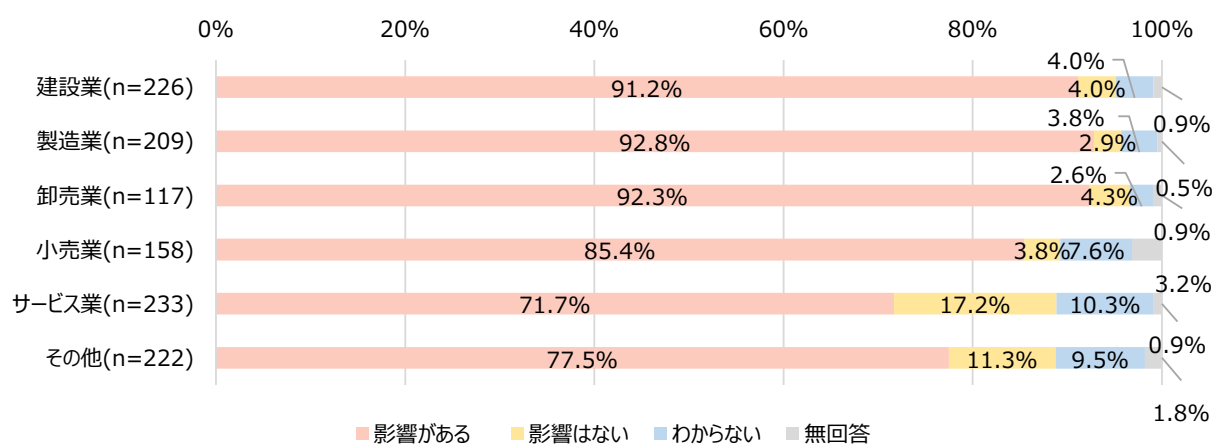


図 I.2 (1) ③

業種別／構成比



(空白)

I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

2. 原材料価格等

(2) 原油・原材料価格の上昇に対する商品・サービスの「過去1年間」の値上げ状況

原油・原材料価格の上昇に対する、貴社の商品・サービスの「過去1年間」の値上げ状況については、「過去1年間に値上げを実施した」（46.5%）の割合が最も高く、「過去1年間に値上げはない」（40.6%）、「わからない」（8.5%）と続いている。

規模別では、大規模（56.3%）・中規模（55.3%）の半数以上が、過去1年間に値上げを実施している。小規模（44.4%）は、過去1年間に値上げを実施しておらず、価格転嫁への慎重な姿勢が見受けられる。

業種別では、卸売業（77.8%）が「過去1年間に値上げを実施した」の割合が最も高い。一方、サービス業（24.0%）ではその割合が最も低く、価格転嫁が進んでいない。

図 I.2 (2) ① 「過去1年間」の値上げ状況

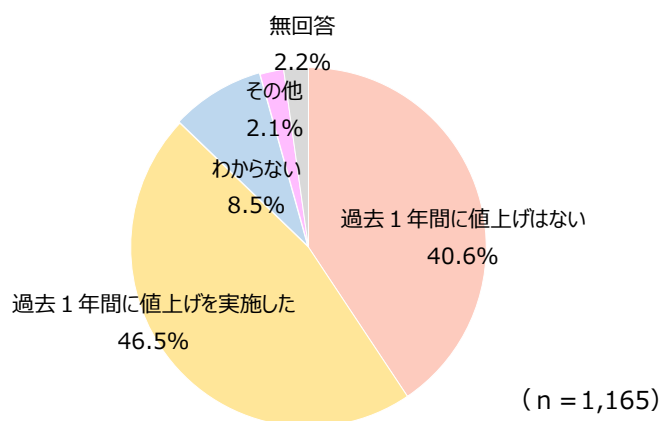


図 I.2 (2) ②

規模別／構成比

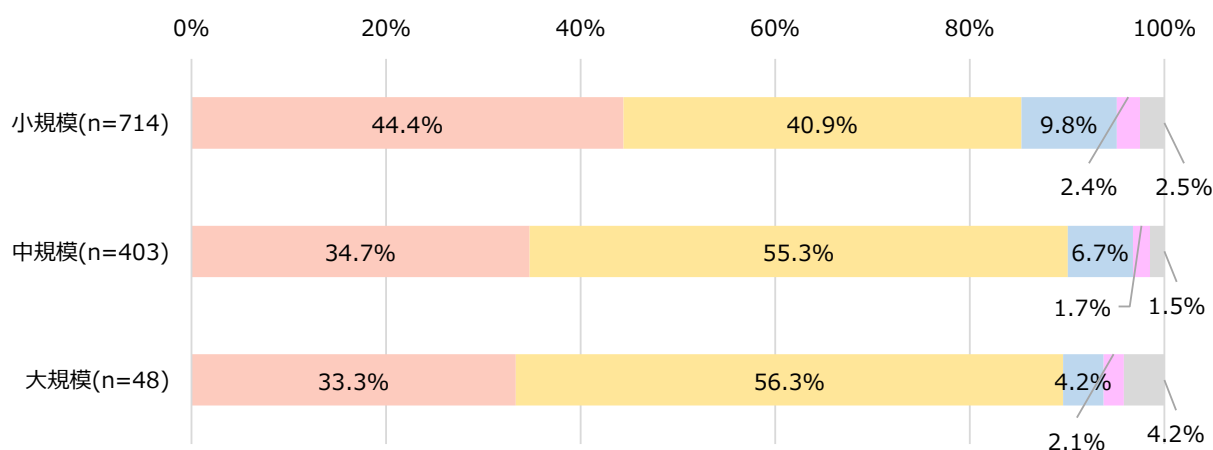
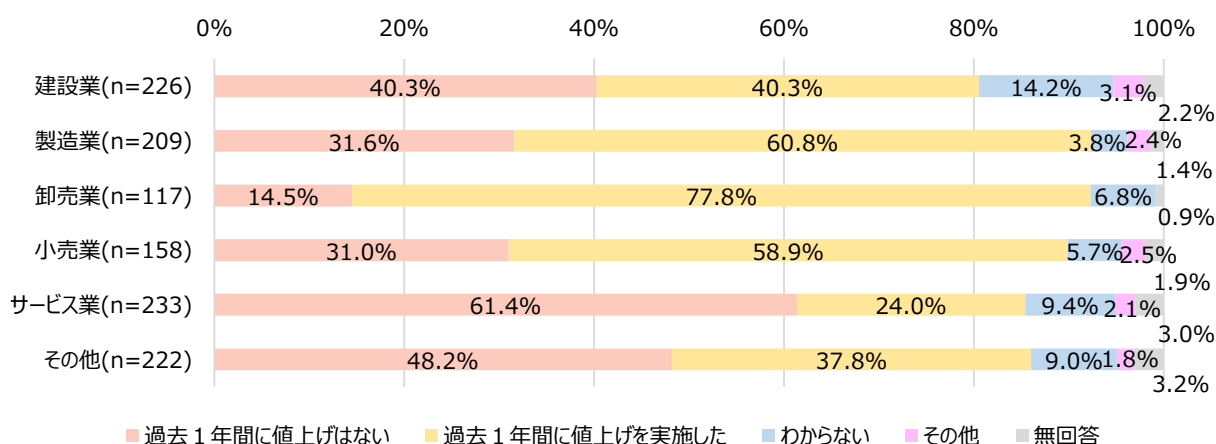


図 I.2 (2) ③

業種別／構成比



■ 過去1年間に値上げはない ■ 過去1年間に値上げを実施した ■ わからない ■ その他 ■ 無回答

I. 新型コロナウイルス・原材料高・為替変動等の影響について

2. 原材料価格等

(3) 原油・原材料価格の上昇に対する商品・サービスの「今後1年間」の値上げ予定

原油・原材料価格の上昇に対する、貴社の商品・サービスの「今後1年間」の値上げ予定については、「わからない」(39.1%)の割合が最も高く、「今後1年間に値上げ予定」(38.0%)、「今後1年間に値上げなし」(18.9%)と続いている。

規模別では、大規模(56.3%)・中規模(44.7%)が「今後1年間に値上げ予定」とする割合が最も高い。小規模では、「今後1年間に値上げなし」(22.1%)の割合が高いことから、中規模・大規模に比べて、価格転嫁への慎重な姿勢が見受けられる。

業種別では、卸売業(58.1%)・小売業(50.0%)が「今後1年間に値上げ予定」の割合が高い。一方で、サービス業(26.2%)ではその割合が最も低く、価格転嫁が進んでいない。

図 I.2 (3) ① 「今後1年間」の値上げ予定

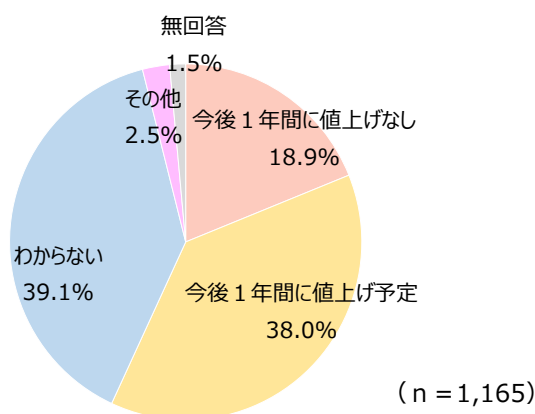


図 I.2 (3) ②

規模別/構成比

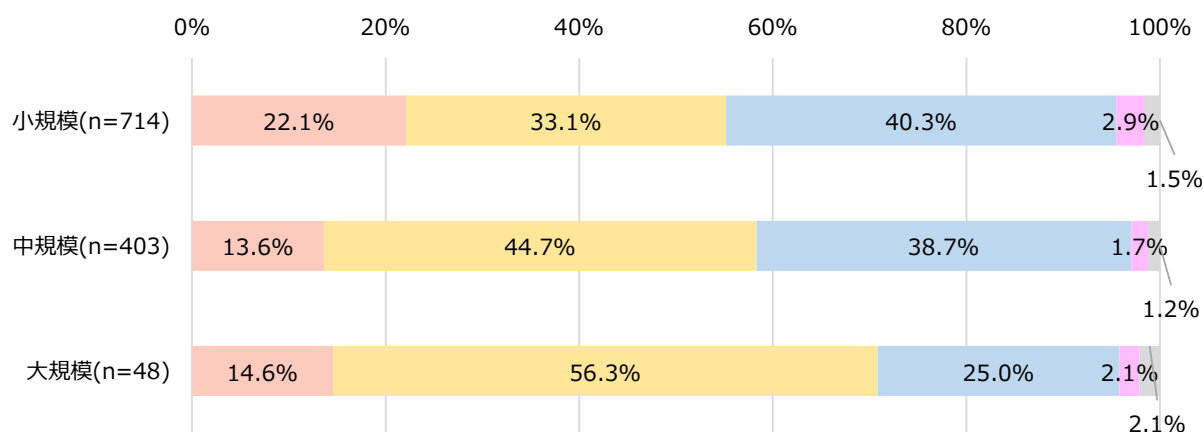
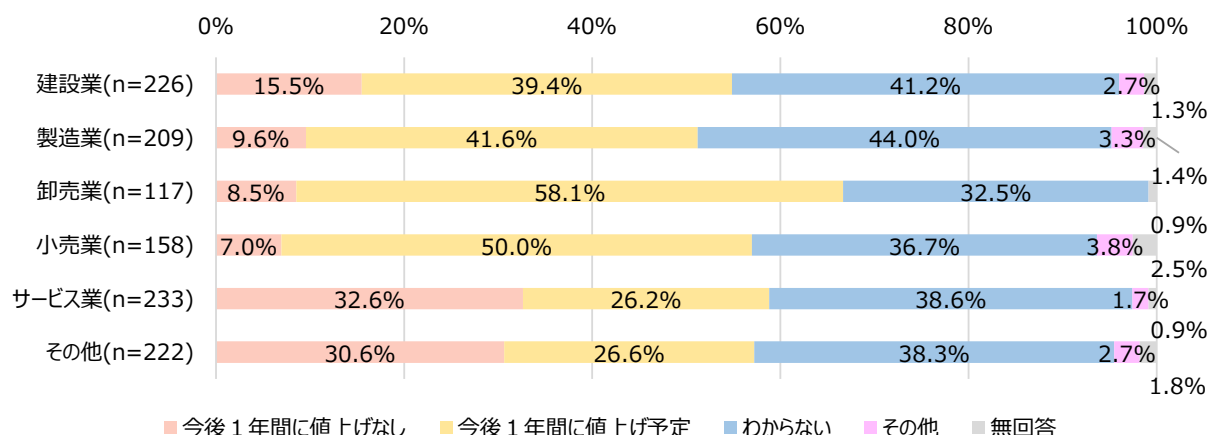


図 I.2 (3) ③

業種別/構成比



■ 今後1年間に値上げなし ■ 今後1年間に値上げ予定 ■ わからない ■ その他 ■ 無回答

I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

2. 原材料価格等

(4) 電気料金の上昇による影響

電気料金の上昇による貴社の影響については、「やや影響がある」(44.0%)の割合が最も高く、「大いに影響がある」(34.8%)を含め、約8割の事業所が影響を受けている。

規模別では、規模に比例して、「影響がある」割合が高く、大規模では「大いに影響がある」「やや影響がある」(52.1%、39.6%)を合わせると9割を越えている。大規模は、小規模・中規模に比べて、電気料金上昇の影響を受けている。

業種別では、製造業が「大いに影響がある」「やや影響がある」(59.3%、31.6%)を合わせると9割を越えるなど、最も影響を受けている。

図 I.2 (4) ① 電気料金の上昇による影響

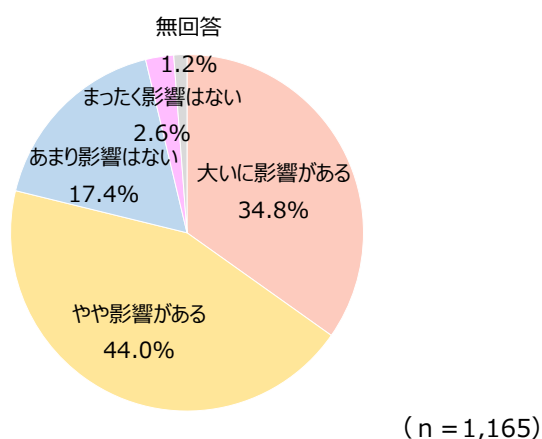


図 I.2 (4) ② 規模別／構成比

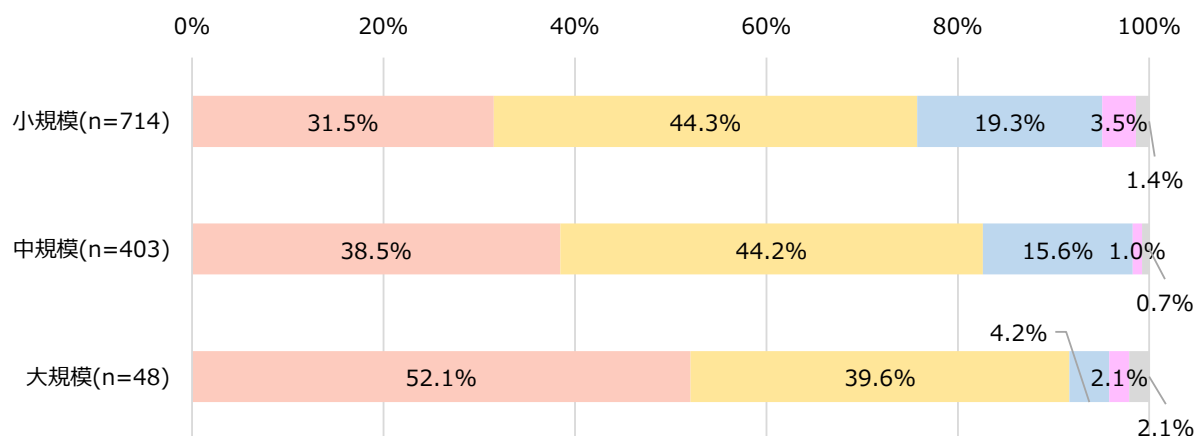
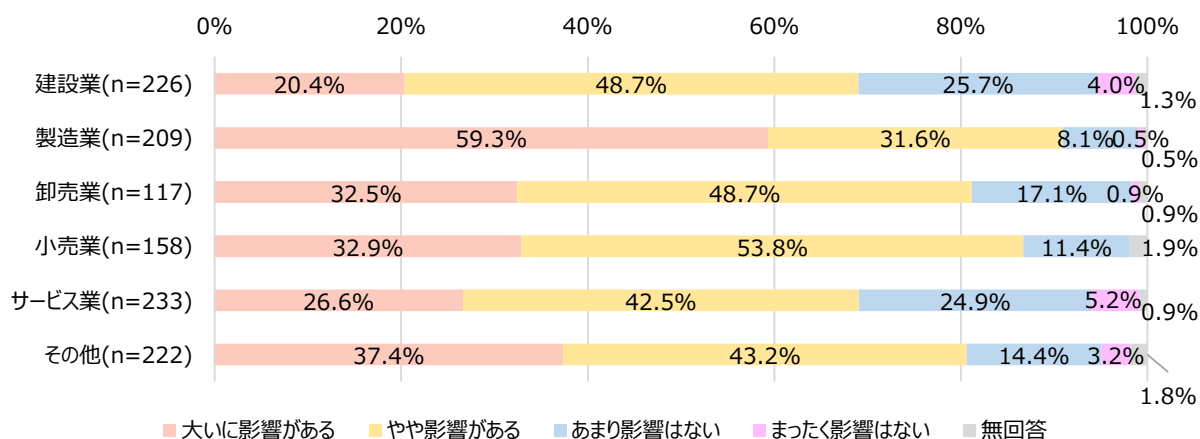


図 I.2 (4) ③ 業種別／構成比



I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

2. 原材料価格等

(5) ガス料金の上昇による影響

ガス料金の上昇による貴社の影響については、「やや影響がある」(25.8%)、「大いに影響がある」(19.9%)を合わせると45.7%、「あまり影響はない」(35.5%)、「まったく影響はない」(17.3%)を合わせると52.8%となり、「影響はない」が「影響がある」を僅かではあるが上回っている。規模別では、規模に比例して、「影響がある」割合が高く、大規模では「やや影響がある」「大いに影響がある」(35.4%、29.2%)を合わせると6割を越えている。大規模は、小規模・中規模に比べて、ガス料金上昇の影響を受けている。

業種別では、製造業が影響を受けている割合が高く、サービス業ではその割合が最も低い。

図 I.2 (5) ① ガス料金の上昇による影響

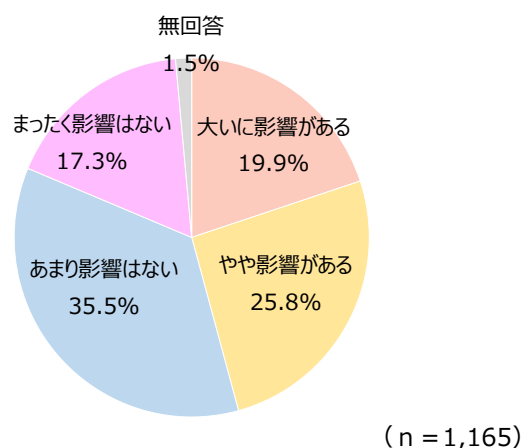


図 I.2 (5) ②

規模別／構成比

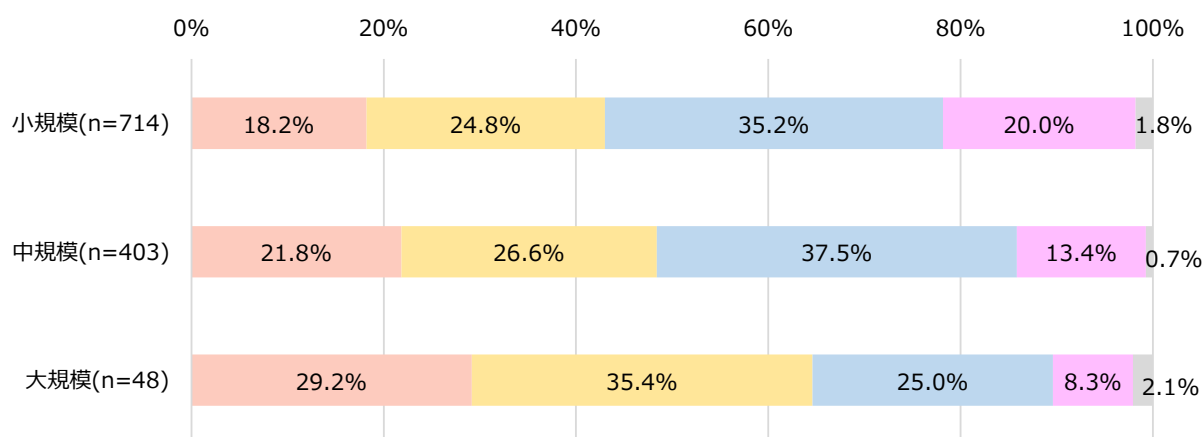
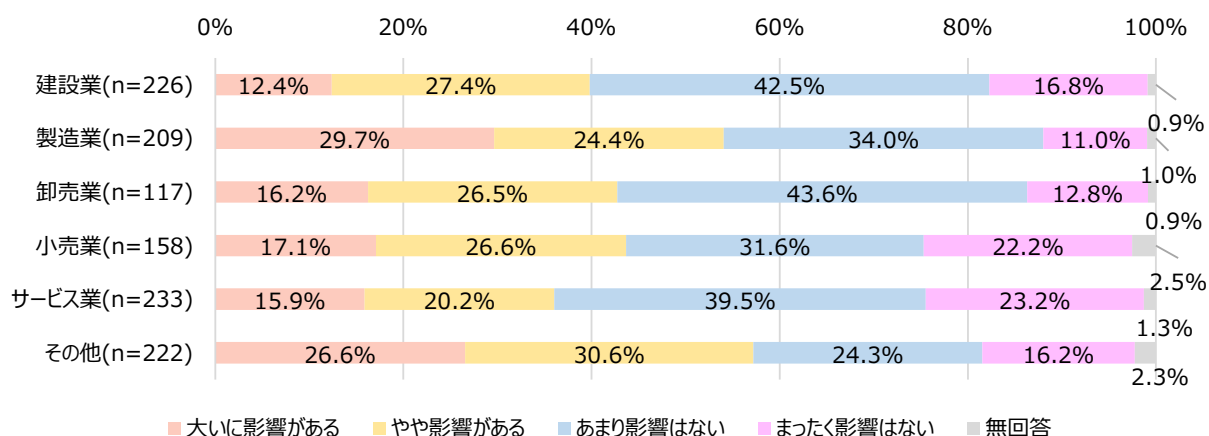


図 I.2 (5) ③

業種別／構成比



I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

2. 原材料価格等

(6) 価格転嫁に関する懸念・負担事項（複数回答）

価格転嫁に関して、懸念・負担となっている事項については、「売上の減少につながる」（50.1%）の割合が最も高く、「競合へ顧客が流れること」（37.7%）、「顧客との関係悪化」（26.3%）と続いている。

規模別では、大規模（54.2%）・小規模（52.9%）は「売上の減少につながる」の割合が高く、中規模（44.9%）では「競合へ顧客が流れること」の割合が高い。

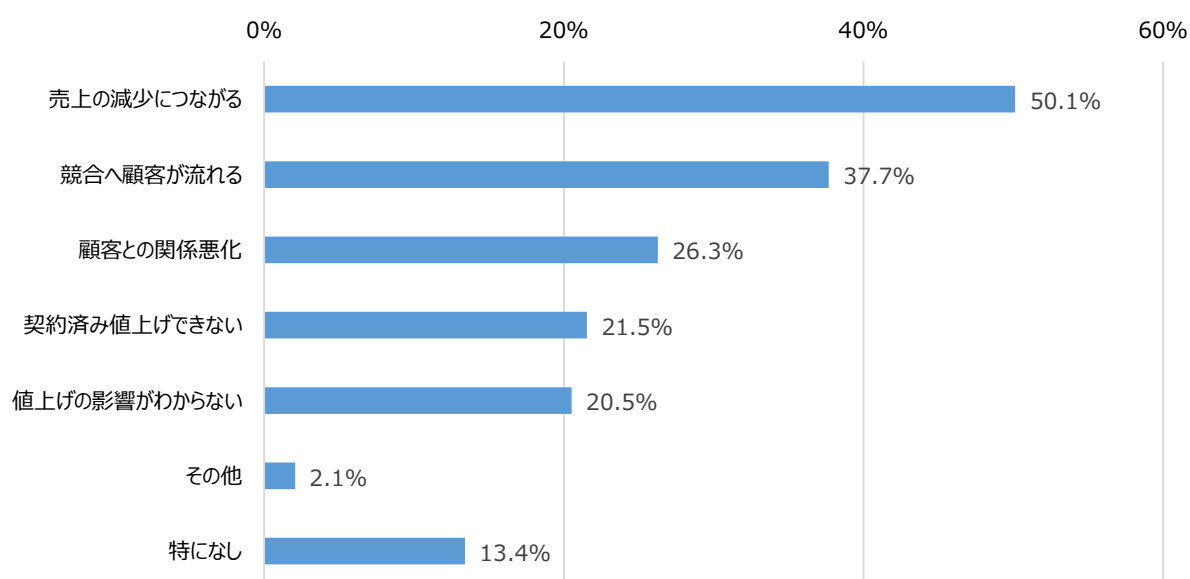
業種別では、小売業（63.3%）は「売上の減少につながる」、卸売業（61.5%）は「競合へ顧客が流れること」、建設業（33.6%）は「契約済みであるため値上げできないこと」の割合が高い。

表 I.2 (6) 価格転嫁に関する懸念・負担事項 (n=1,165)

価格転嫁に関する懸念・負担事項	件数	回答率
売上の減少につながる	584	50.1%
競合へ顧客が流れる	439	37.7%
顧客との関係悪化	306	26.3%
契約済みであるため値上げできない	251	21.5%
値上げの影響がわからない	239	20.5%
その他	24	2.1%
特になし	156	13.4%

図 I.2 (6) ①

価格転嫁に関する懸念・負担事項



規模別・業種別

図 I.2 (6) ②

規模別／回答率

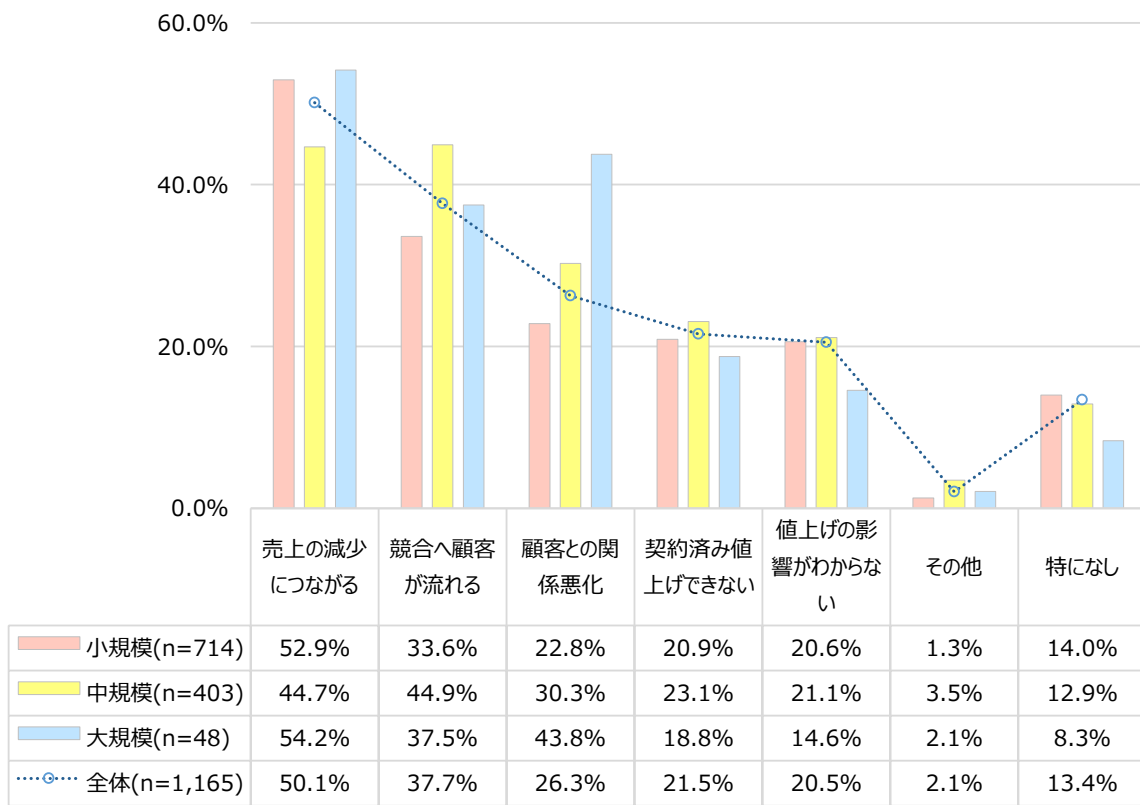
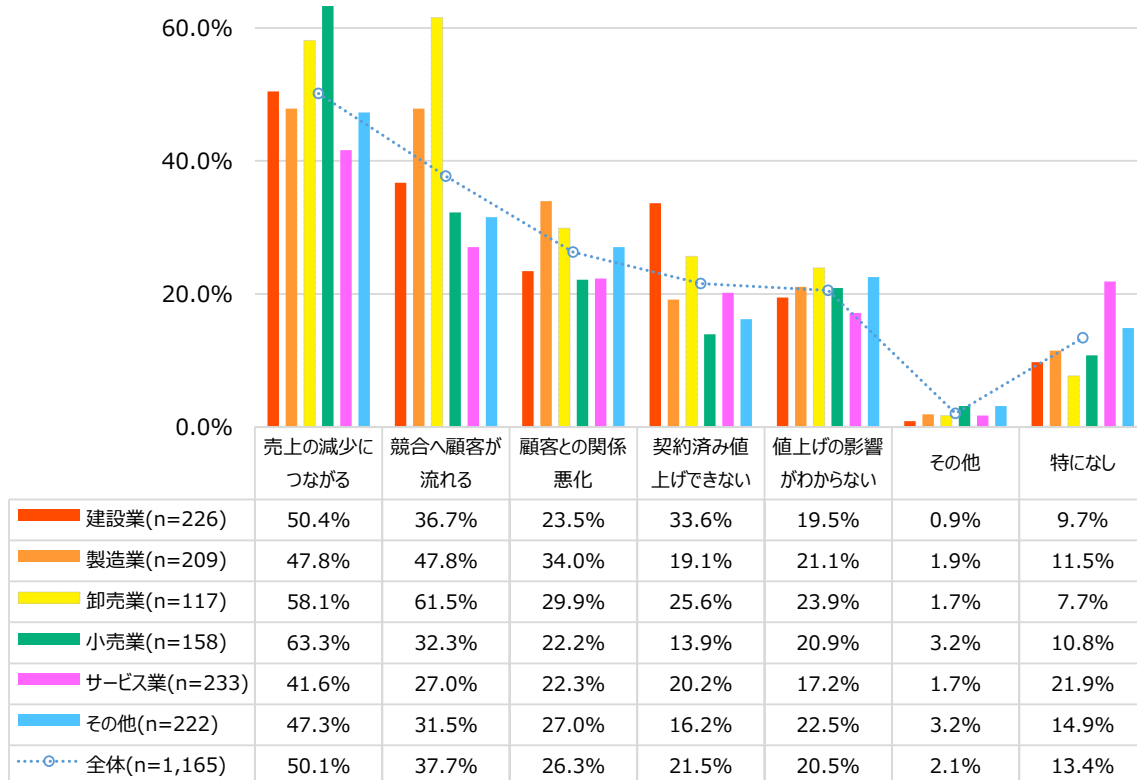


図 I.2 (6) ③

業種別／回答率



I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

3. 為替変動

(1) 現在の為替（円安）による影響

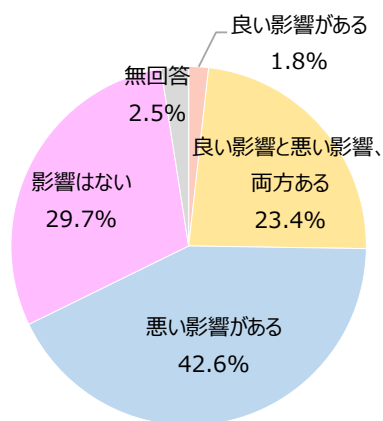
調査開始日（12月26日）の1ドル132.33円以降の為替（円安）による影響については、「悪い影響がある」（42.6%）の割合が最も高く、「影響はない」（29.7%）、「良い影響と悪い影響、両方がある」（23.4%）と続いている。

規模別では、中規模（46.2%）・小規模（41.3%）は「悪い影響がある」の割合が高く、大規模では「良い影響と悪い影響、両方ある」（45.8%）の割合が高い。小規模・中規模は、大規模に比べて、為替（円安）の影響を受けている。

業種別では、小売業（57.6%）・卸売業（54.7%）の5割以上が「悪い影響がある」と回答している。一方、サービス業は約半数が「影響はない」と回答している。

図 I.3 (1) ①

為替（円安）の影響



(n = 1,165)

図 I.3 (1) ②

規模別／構成比

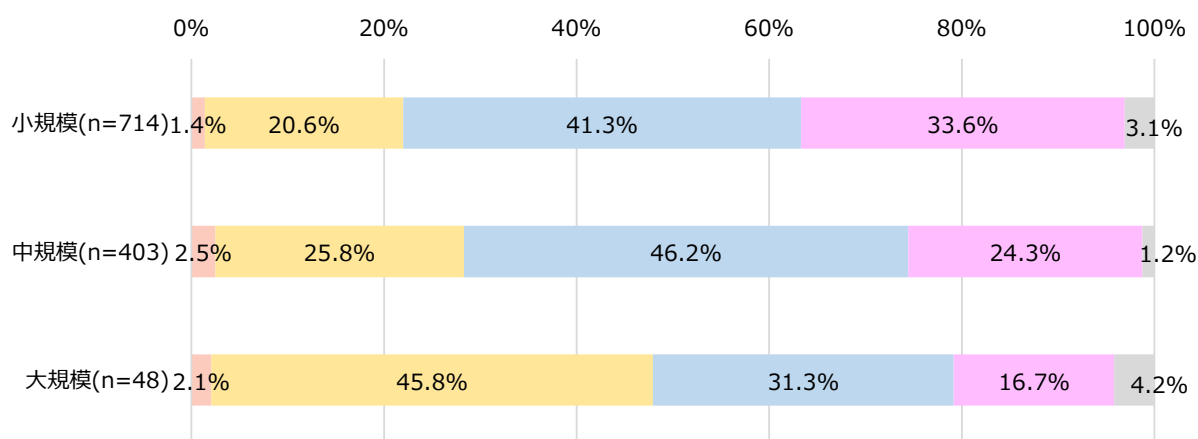
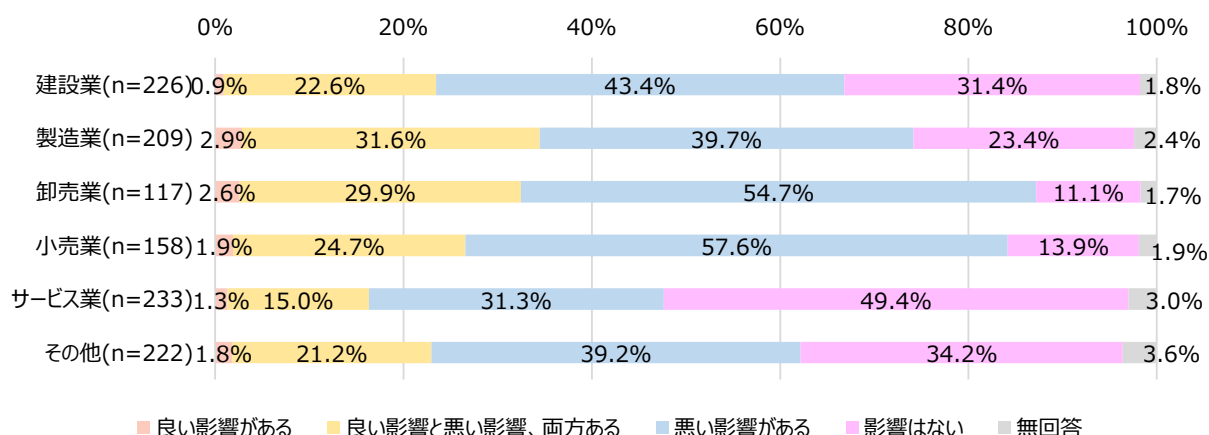


図 I.3 (1) ③

業種別／構成比



■ 良い影響がある ■ 良い影響と悪い影響、両方ある ■ 悪い影響がある ■ 影響はない ■ 無回答

(空白)

I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

3. 為替変動

(2) 現在の為替（円安）による影響への対策（複数回答）

調査開始日（12月26日）の1ドル132.33円以降の為替（円安）による影響への対策については、「商品・サービスの値上げ」（35.4%）の割合が最も高く、「固定費の節約」（27.0%）、「既存の仕入価格の変更」（18.5%）と続いている。

規模別では、大規模（52.1%、31.3%）は「商品・サービスの値上げ」「変動費の節約」、中規模（41.7%、27.5%）・小規模（30.7%、26.6%）は「商品・サービスの値上げ」「固定費の節約」の割合が高い。また、小規模・中規模は、大規模に比べ、「対策をおこなっていない」の割合が高い。

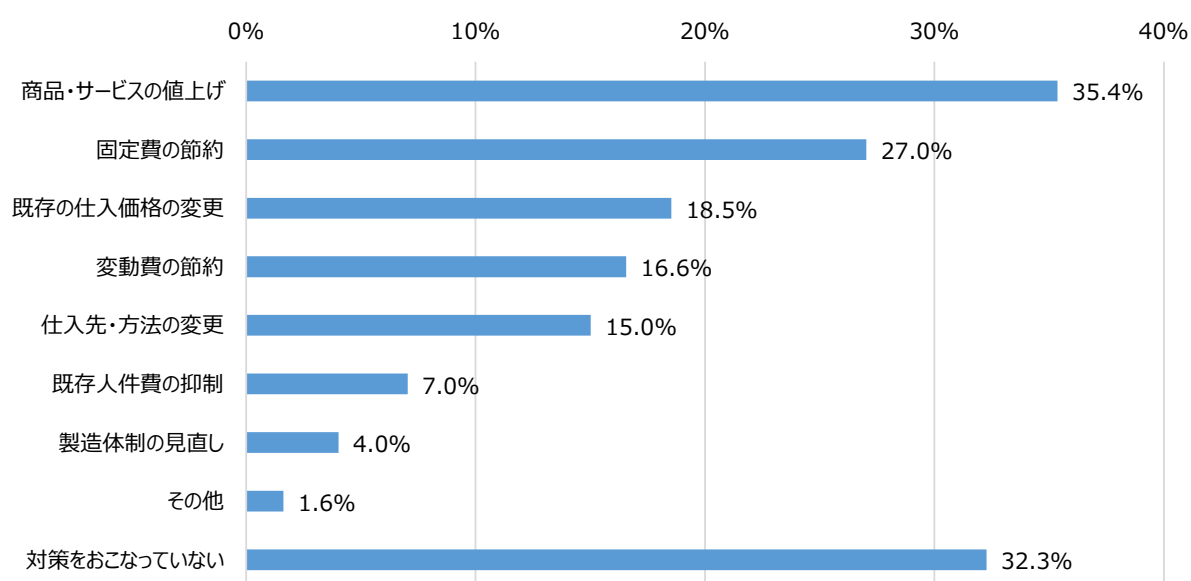
業種別では、卸売業（65.0%）・小売業（55.1%）・製造業（40.2%）が「商品・サービスの値上げ」と回答した割合が高く、サービス業（42.5%）・建設業（39.4%）が「対策をおこなっていない」と回答した割合が高い。

表 I.3 (2) 為替（円安）による影響への対策 (n=1,165)

為替（円安）による影響への対策	件数	回答率
商品・サービスの値上げ	412	35.4%
固定費の節約	315	27.0%
既存の仕入価格の変更	216	18.5%
変動費の節約	193	16.6%
仕入先・方法の変更	175	15.0%
既存人件費の抑制	82	7.0%
製造体制の見直し	47	4.0%
その他	19	1.6%
対策をおこなっていない	376	32.3%

図 I.3 (2) ①

為替（円安）による影響への対策



規模別・業種別

図 I.3 (2) ②

規模別／回答率

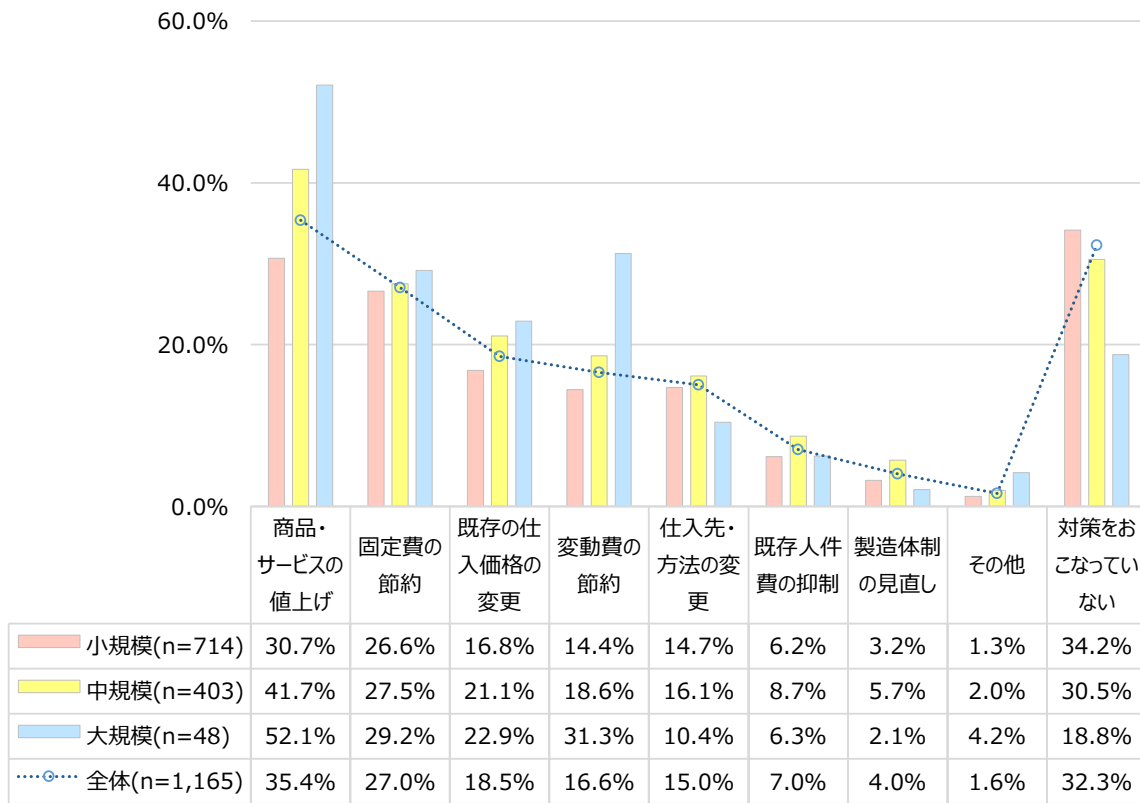
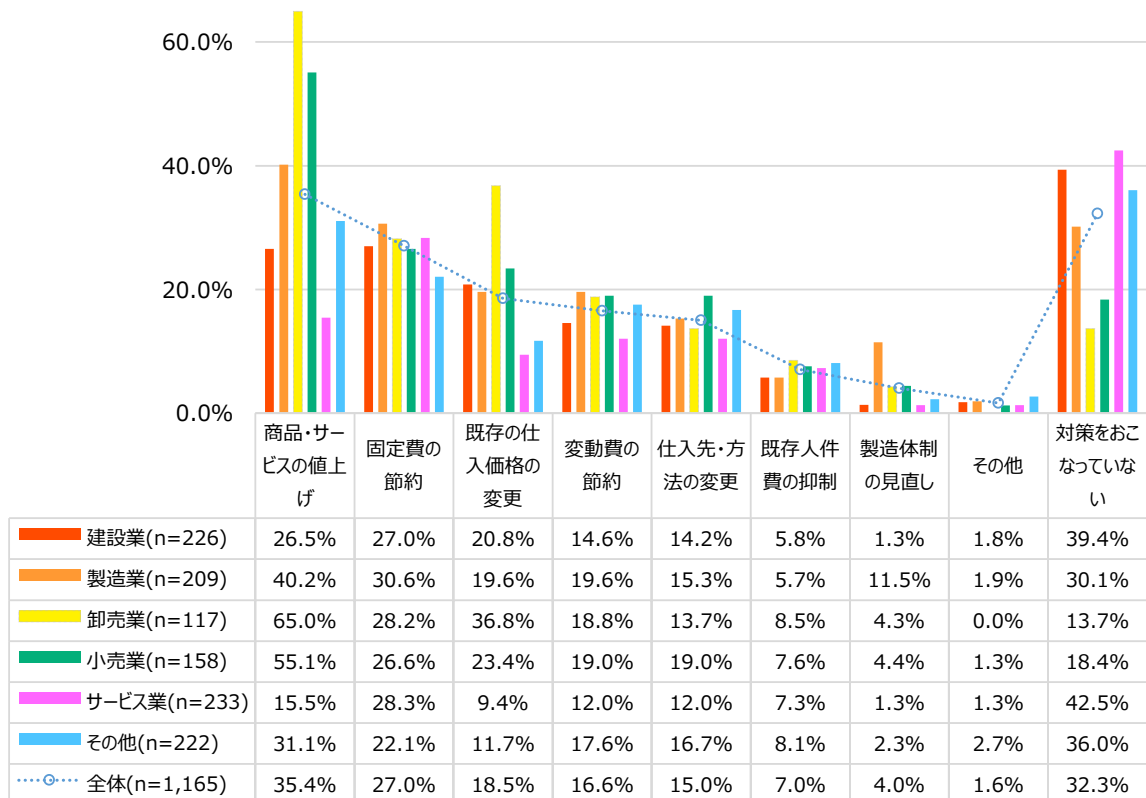


図 I.3 (2) ③

業種別／回答率



I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

4. 今後の経営方針で重視する点（複数回答）

今後の経営方針で重視する点については、「新規取引先・顧客の開拓」（44.8％）の割合が最も高く、「経費の圧縮・削減」（43.0％）、「人材確保・育成の強化」（42.5％）、「既存製品・サービスなど高付加価値化」（35.2％）、「既存取引先・顧客との取引拡大」（33.7％）と続いている。

規模別では、大規模（70.8％）・中規模（57.6％）が「人材確保・育成の強化」の割合が高く、小規模（42.9％）では、「経費の圧縮・削減」の割合が高い。また、大規模（56.3％）は、小規模・中規模に比べて、「新規取引先・顧客の開拓」「既存製品・サービスなど高付加価値化」「既存取引先・顧客との取引拡大」の割合が高い。

業種別では、卸売業（57.3％）・製造業（51.7％）・サービス業（42.1％）は「新規取引先・顧客の開拓」の割合が最も高く、建設業（56.6％）は「人材確保・育成の強化」、小売業

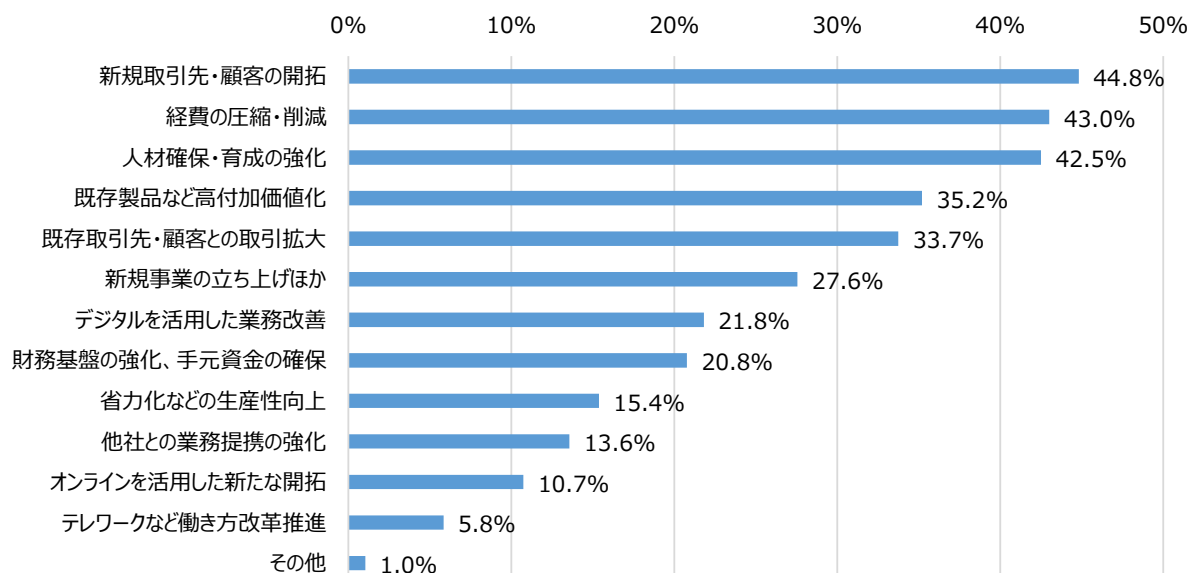
（51.3％）では、「経費の圧縮・削減」の割合が最も高い。また、卸売業（53.8％）は、他業種に比べて、「既存取引先・顧客との取引拡大」を重視する割合が高い。

表 I.4 今後の経営方針で重視する点 (n=1,165)

今後の経営方針で重視する点	件数	回答率
新規取引先・顧客の開拓	522	44.8%
経費の圧縮・削減	501	43.0%
人材確保・育成の強化	495	42.5%
既存製品・サービスなど高付加価値化	410	35.2%
既存取引先・顧客との取引拡大	393	33.7%
新規事業の立ち上げ、異業種の参入、新商品・サービスの開発など、新たな収益源の確立	321	27.6%
デジタルを活用した業務プロセスの改善	254	21.8%
財務基盤の強化、手元資金の確保	242	20.8%
省力化・省人化投資などの生産性向上	179	15.4%
他社との業務提携の強化	158	13.6%
オンラインを活用した新たな営業・商談・販売チャネルの開拓	125	10.7%
テレワークなど働き方改革推進	68	5.8%
その他	12	1.0%

図 I.4 (1)

今後の経営方針で重視する点



規模別・業種別

図 I.4 (2)

規模別／回答率

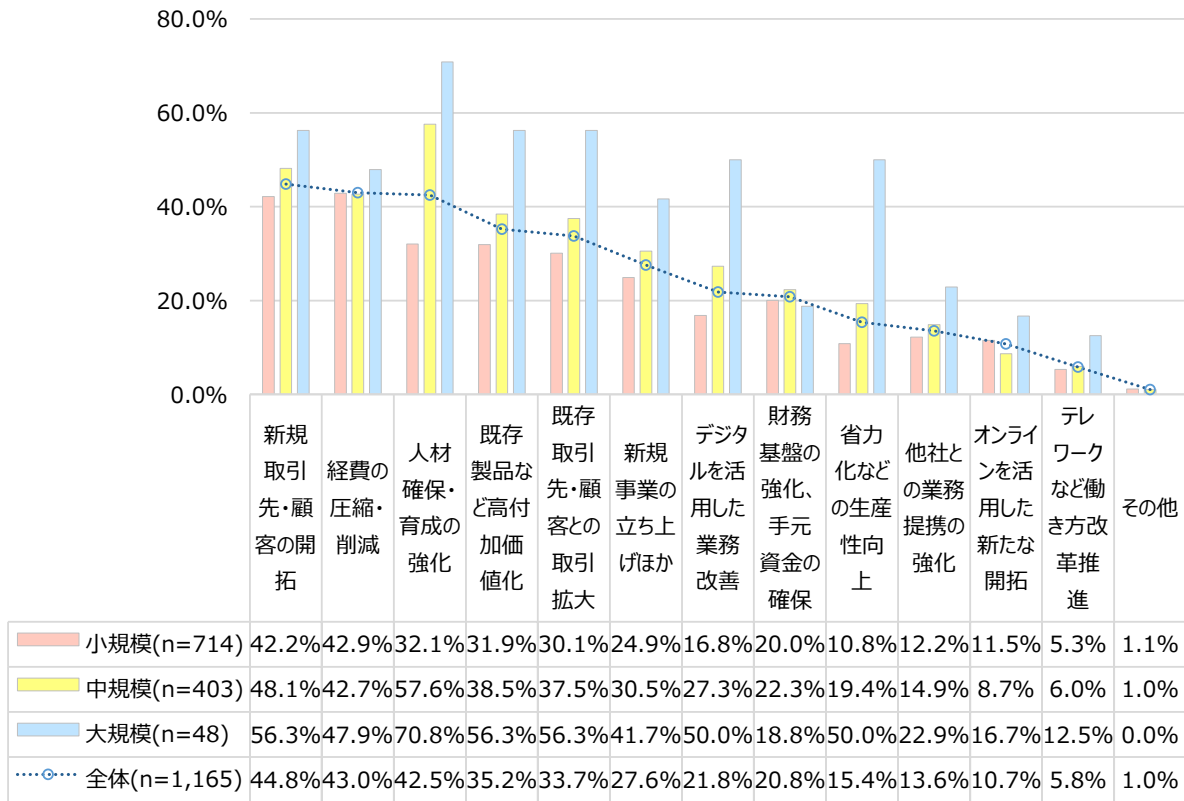
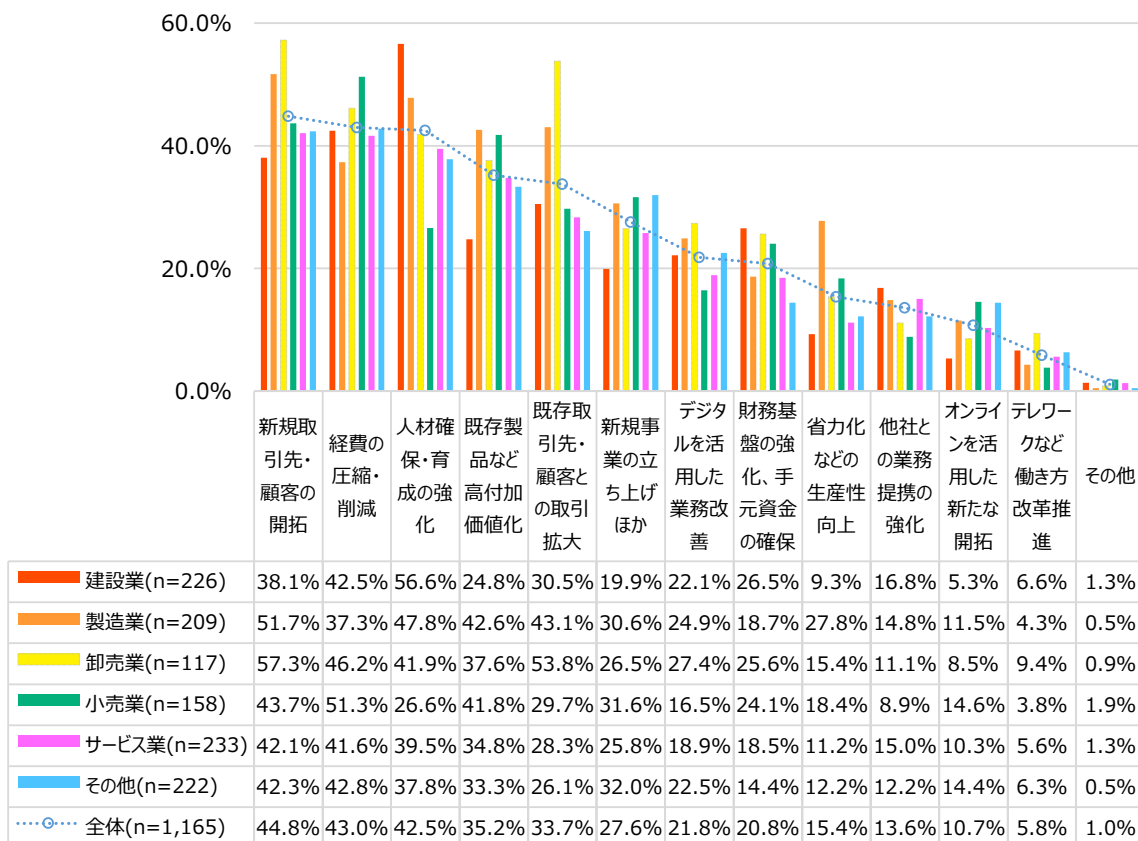


図 I.4 (3)

業種別／回答率



I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

5. 今後利用したい支援内容（複数回答）

今後利用したい支援内容については、「補助金・給付金」（73.0%）の割合が最も高く、「経営環境の変化に関する基本情報の提供」（31.5%）、「同業者の取り組み事例の提供」（26.0%）と続いている。

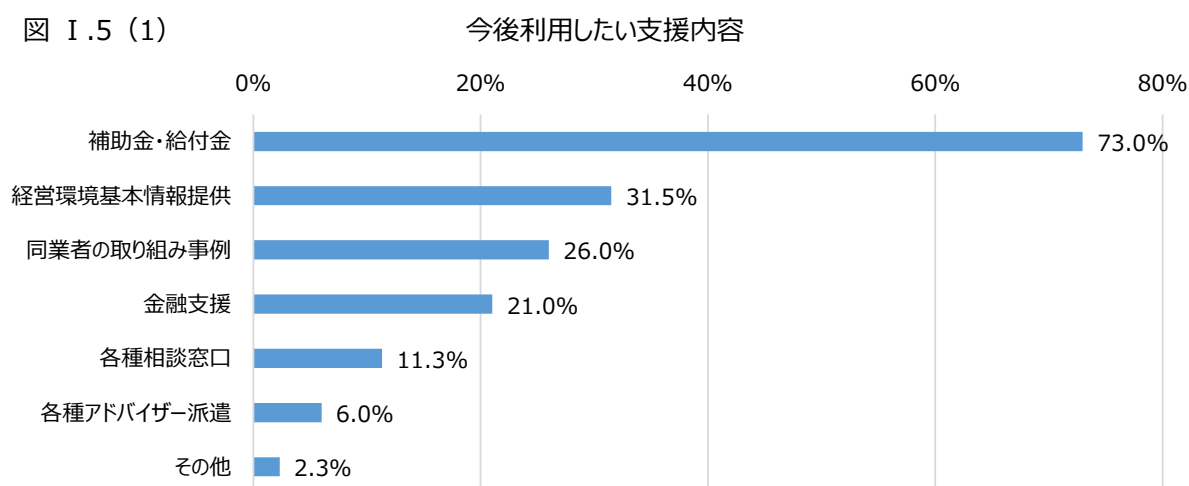
規模別では、規模に関わらず、「補助金・給付金」の回答率がトップとなった。大規模では、「経営環境の変化に関する基本情報の提供」の割合が52.1%と多い。また、小規模（24.1%）・中規模（17.6%）は、大規模に比べて「金融支援」の割合が高い。

業種別では、全ての業種において、「補助金・給付金」の回答率がトップとなっている。また、小売業（19.6%）が「各種相談窓口」の割合が高い。

表 I.5 今後利用したい支援内容 (n=1,165)

今後利用したい支援内容	件数	回答率
補助金・給付金	850	73.0%
経営環境の変化に関する基本情報の提供	367	31.5%
同業者の取り組み事例の提供	303	26.0%
金融支援	245	21.0%
各種相談窓口	132	11.3%
各種アドバイザー派遣	70	6.0%
その他	27	2.3%

図 I.5 (1)



規模別・業種別

図 I.5 (2)

規模別／回答率

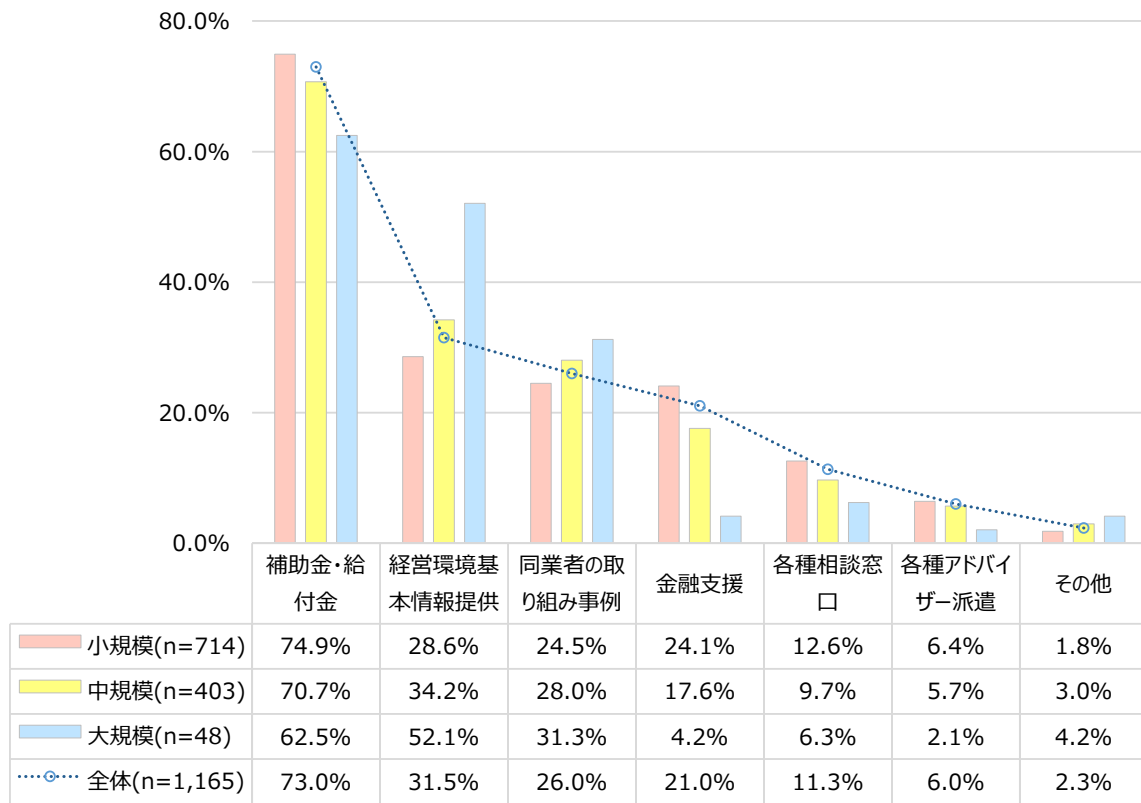
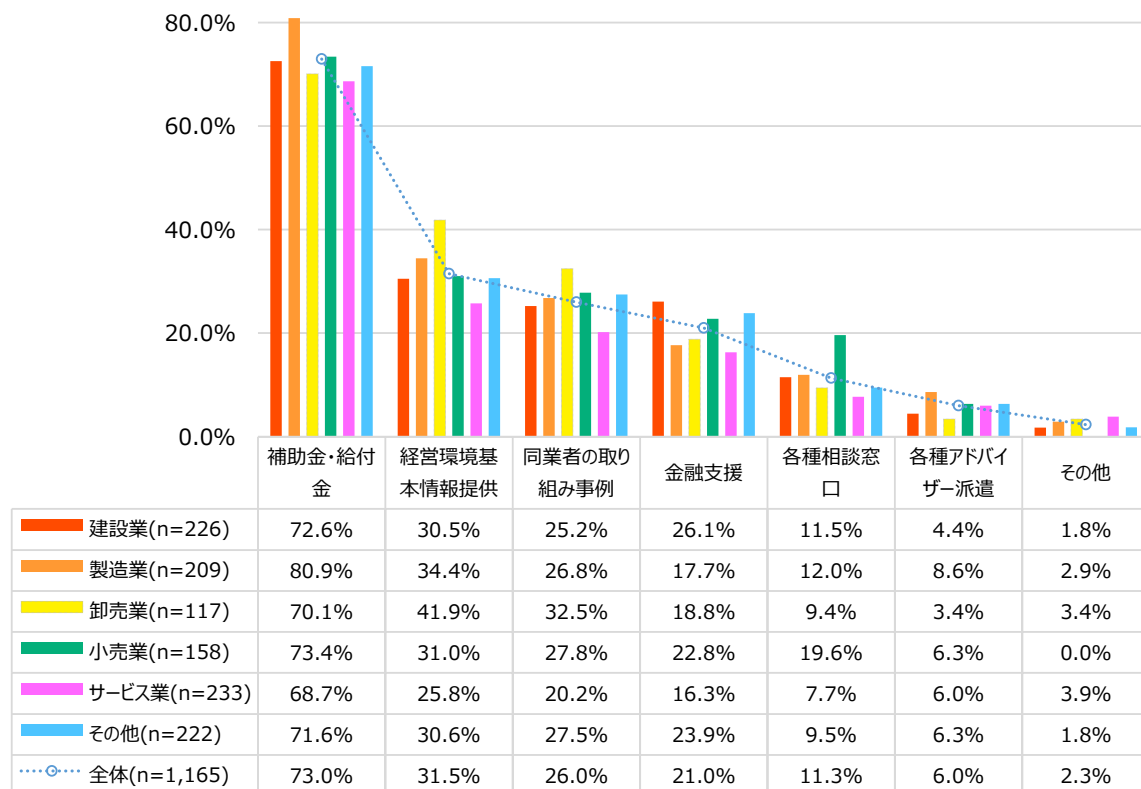


図 I.5 (3)

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

1.環境への取り組みを行う目的（複数回答）

環境への取り組みを行う目的については、「電気料金などコスト削減の観点から」（43.9％）の割合が最も高く、「消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応」（35.0％）、「企業の社会的責任（CSR）の観点から」（26.0％）、「SDG s（国連の持続可能な開発目標への対応）への対応」（25.2％）と続いている。

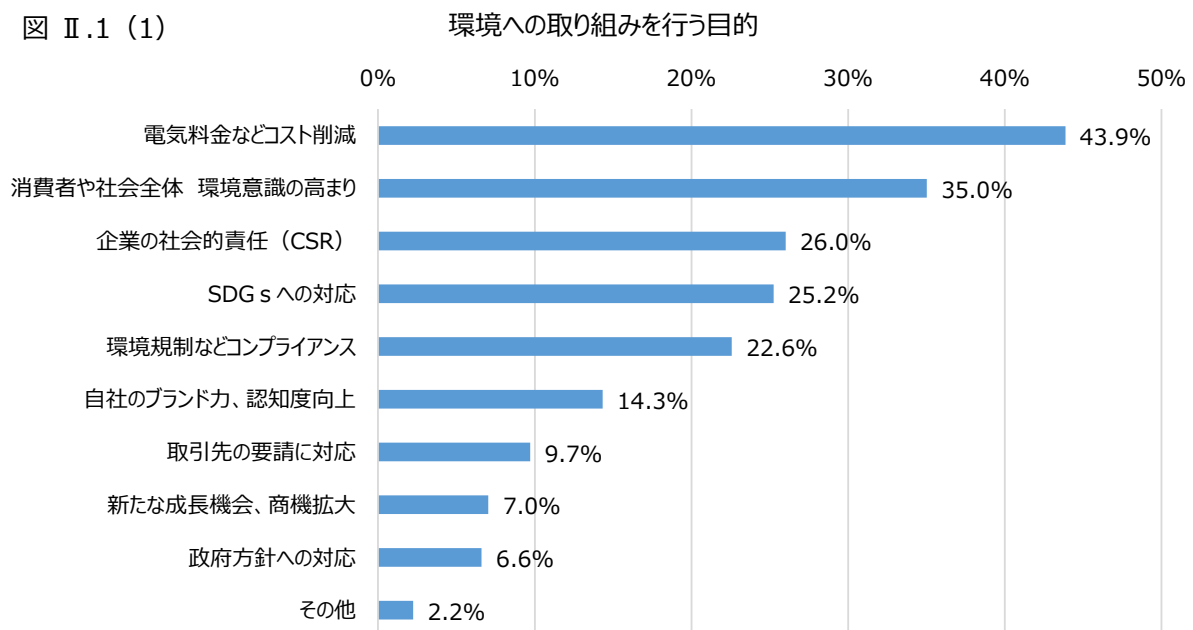
規模別では、大規模（66.7％、58.3％）は「企業の社会的責任（CSR）の観点から」「SDG s（国連の持続可能な開発目標への対応）への対応」の割合が高く、小規模（45.7％）・中規模（40.0％）では「電気料金などコスト削減の観点から」の割合が高い。

業種別では、製造業（46.4％）、サービス業（40.8％）、建設業（37.2％）では「電気料金などコスト削減の観点から」の割合が高い。卸売業（42.7％）では「消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応」の割合が高い。また、他業種に比べて、「新たな成長機会、商機の拡大が見込めるから」の割合が15.4％と多い。

表 Ⅱ.1 環境への取り組みを行う目的 (n=1,165)

環境への取り組みを行う目的	件数	回答率
電気料金などコスト削減の観点から	511	43.9%
消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応	408	35.0%
企業の社会的責任（CSR）の観点から	303	26.0%
SDG s（国連の持続可能な開発目標への対応）への対応	294	25.2%
環境規制などコンプライアンスの観点から	263	22.6%
自社のブランド力、認知度向上につながるから	167	14.3%
取引先の要請に対応せざる得ないから	113	9.7%
新たな成長機会、商機の拡大が見込めるから	82	7.0%
政府方針（2050年カーボンニュートラル）への対応	77	6.6%
その他	26	2.2%

図 Ⅱ.1（1）



規模別・業種別

図 II.1 (2)

規模別／回答率

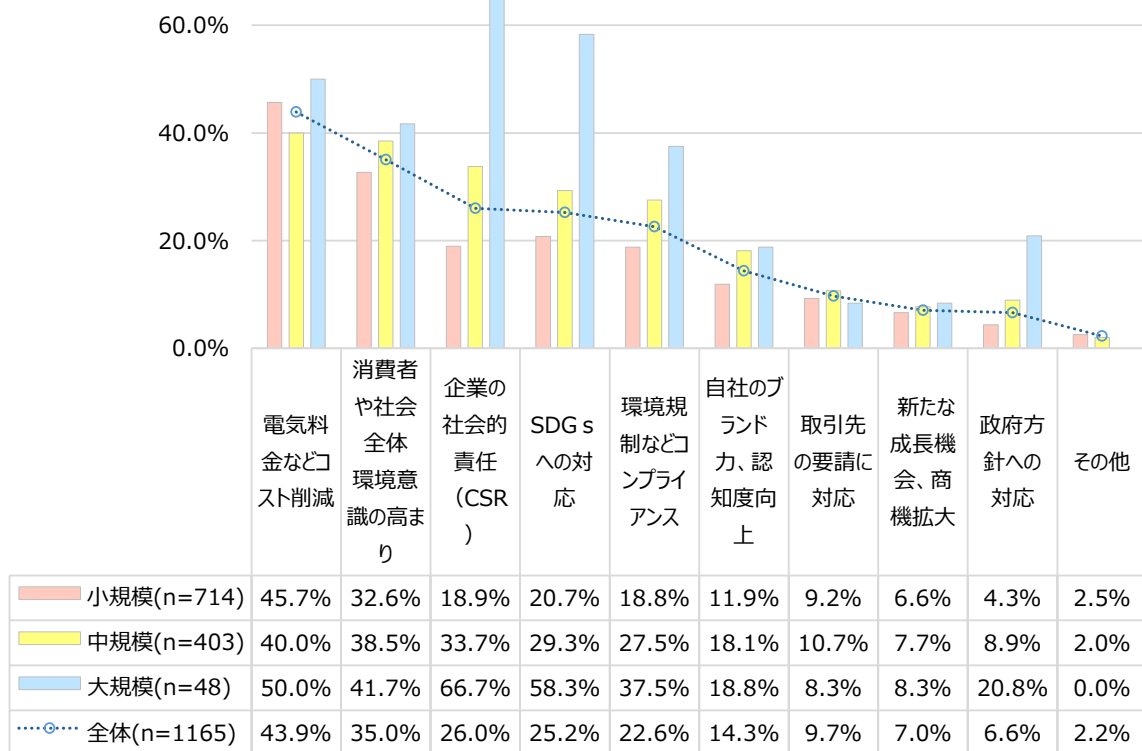
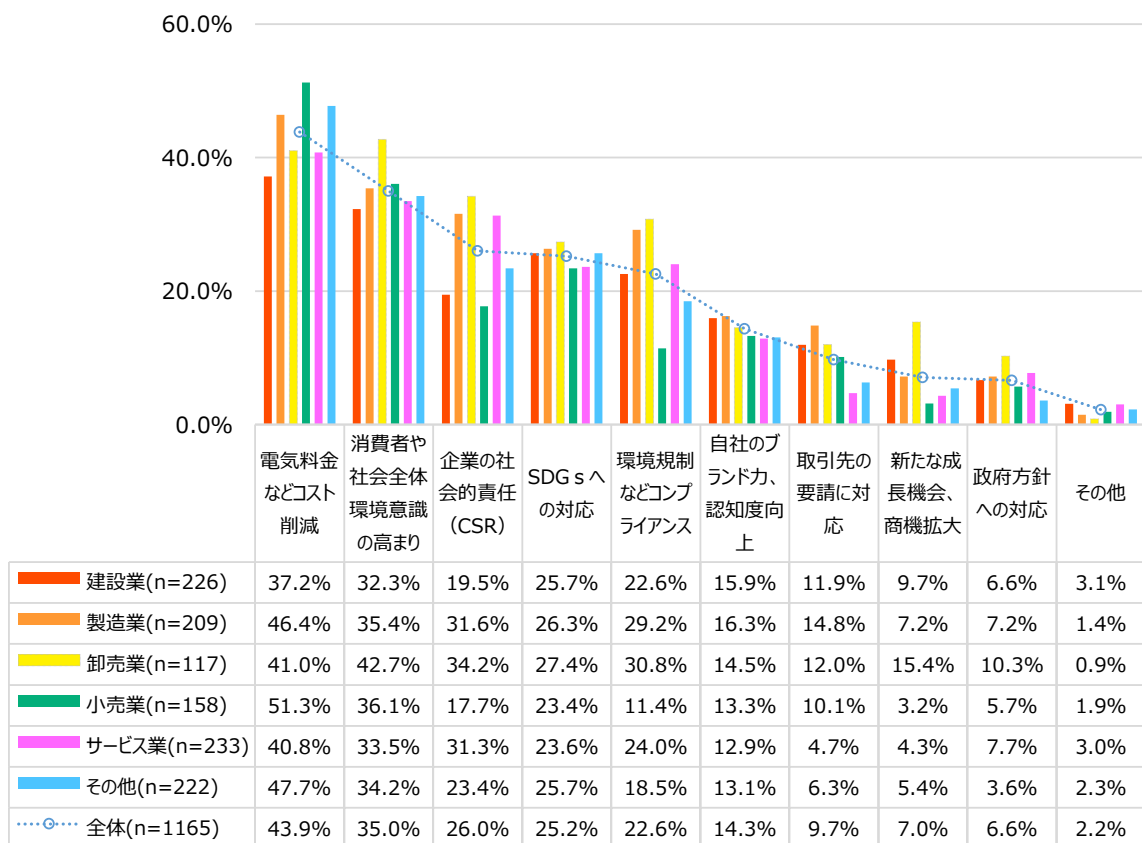


図 II.1 (3)

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

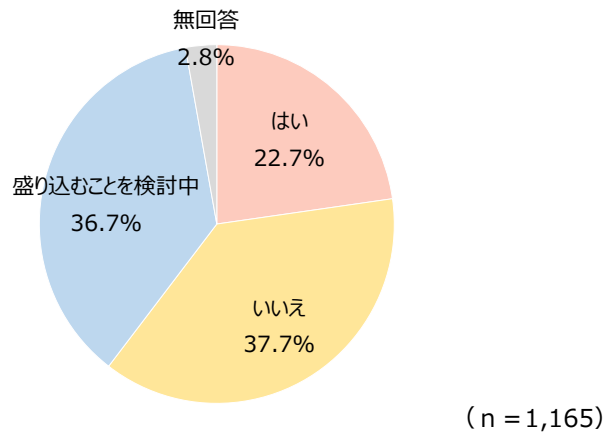
2.経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標の盛り込み状況

経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標の盛り込みを行っているかどうかの質問をしたところ、「いいえ」（37.7％）の割合が最も高く、「盛り込むことを検討中」（36.7％）、「はい」（22.7％）と続いている。

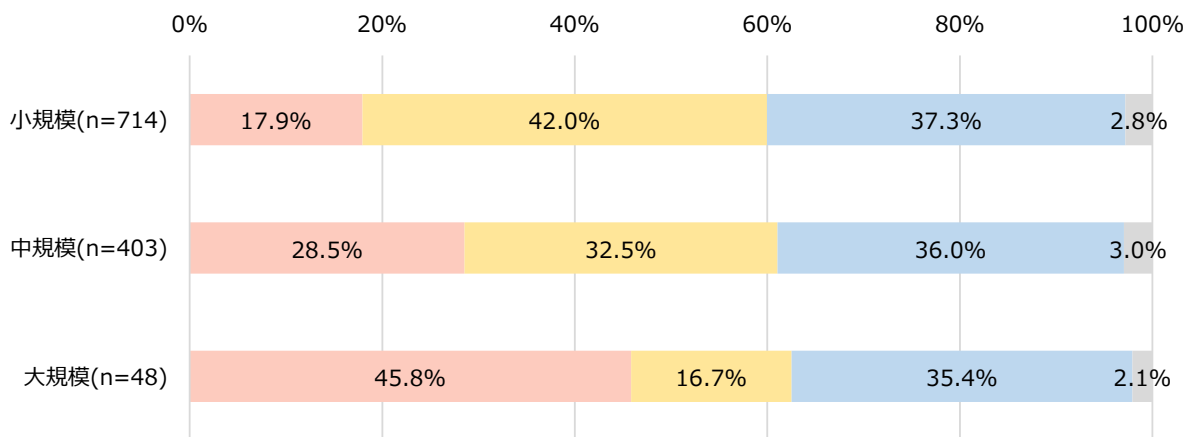
規模別では、大規模（45.8％）は「はい」の割合が高い。一方、小規模（42.0％）・中規模（32.5％）では「いいえ」の割合が高い。

業種別では、卸売業（26.5％）・製造業（26.3％）が「はい」の割合が高く、サービス業（44.2％）では「いいえ」の割合が高い。

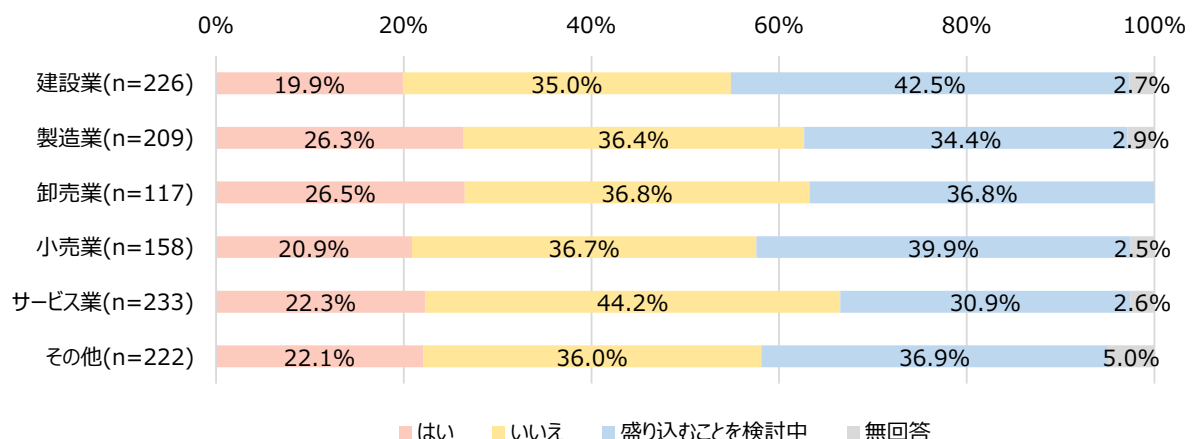
図Ⅱ.2（1） 環境への配慮や取り組み・目標の盛り込み状況



図Ⅱ.2（2） 規模別／構成比



図Ⅱ.2（3） 業種別／構成比



(空白)

Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

3.環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題や理由（複数回答）

環境への配慮や取り組み・目標を盛り込んで取り組む上での課題や盛り込まない理由については、「本業との関連性が低い」（34.2％）の割合が最も高く、「事業の利益に結びつきにくい」（30.6％）、「具体的な手段・施策の策定が困難」（27.3％）と続いている。

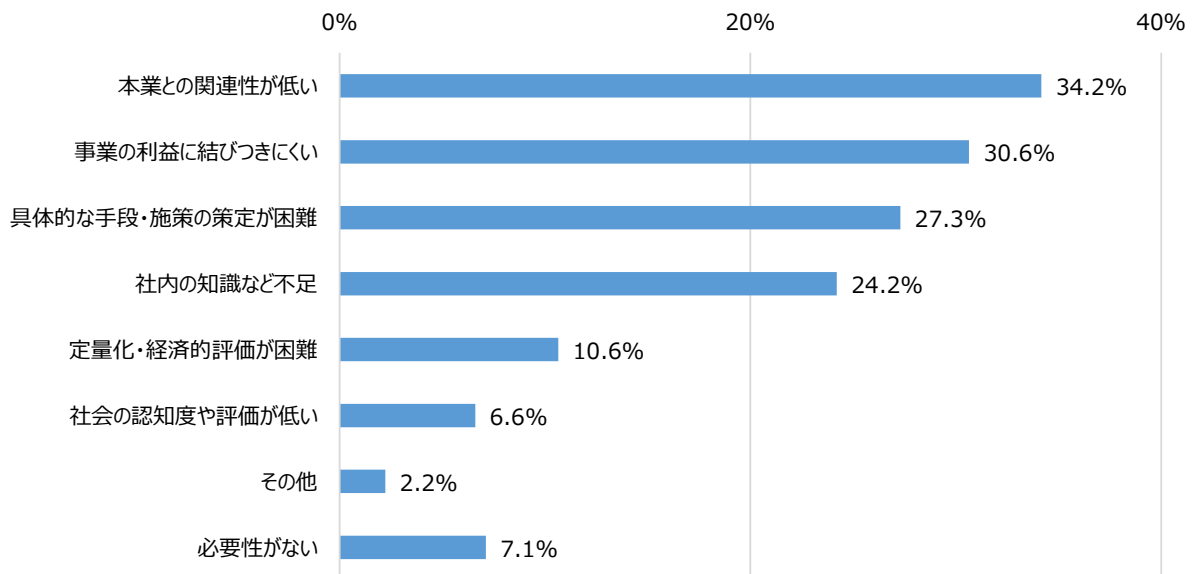
規模別では、大規模（37.5％）・中規模（35.0％）は「事業の利益に結びつきにくい」が最も高く、小規模（36.4％）では「本業との関係性が低い」の割合が高い。

業種別では、サービス業（42.1％）、小売業（37.3％）は「本業との関係性が低い」、卸売業（39.3％）、製造業（38.3％）は「事業の利益に結びつきにくい」、建設業（30.5％）は「社内の知識・経験、理解・認識の不足」の割合が高い。

表 Ⅱ.3 環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題と理由 (n=1,165)

環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題と理由	件数	回答率
本業との関連性が低い	398	34.2%
事業の利益に結びつきにくい	357	30.6%
具体的な手段・施策の策定が困難	318	27.3%
社内の知識・経験、理解・認識の不足	282	24.2%
定量化・経済的評価が困難	124	10.6%
社会（顧客・サプライヤーなど）の認知度や評価が低い	77	6.6%
その他	26	2.2%
必要性がない	83	7.1%

図 Ⅱ.3 (1) 環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題と理由



規模別・業種別

図 II.3 (2)

規模別／回答率

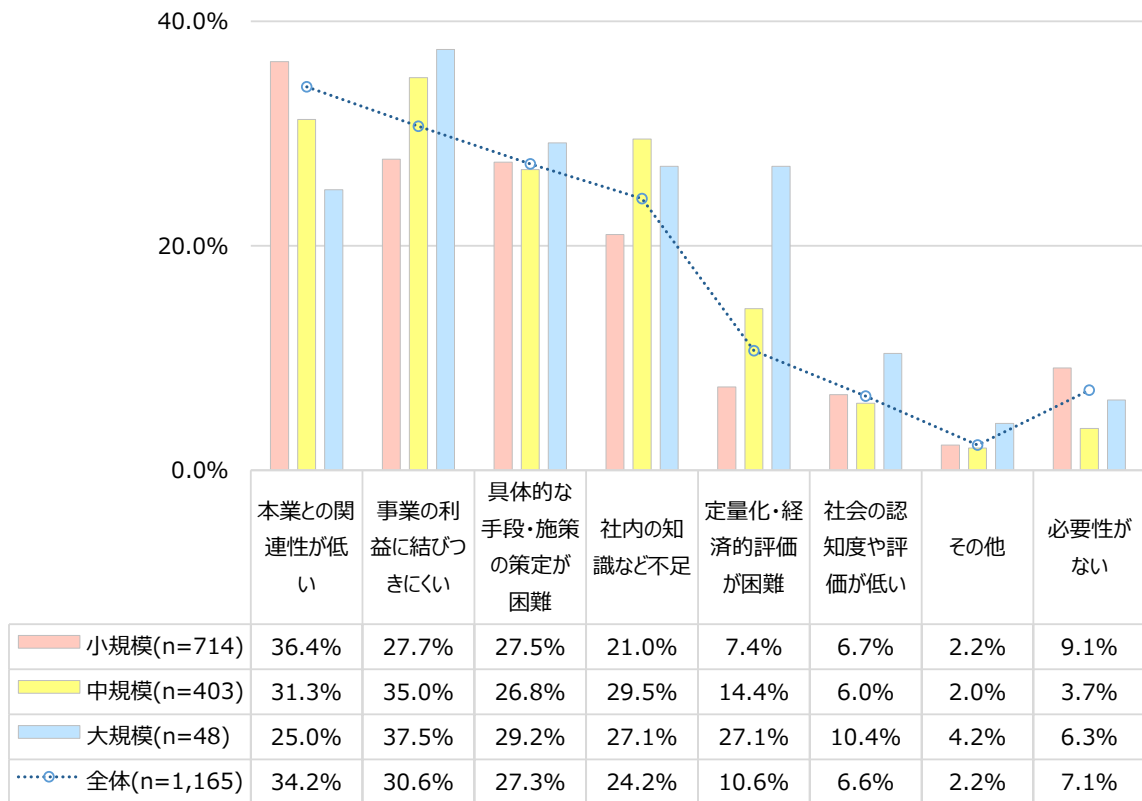
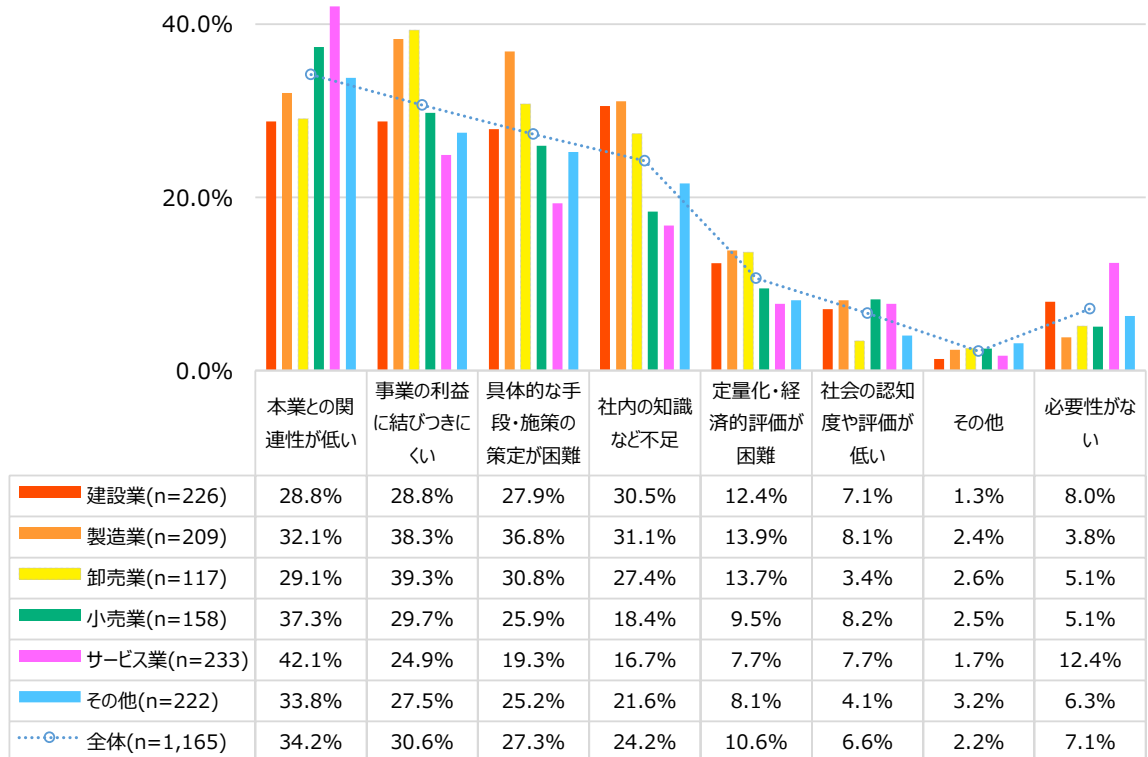


図 II.3 (3)

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

4.環境への取り組み状況（複数回答）

環境への取り組み状況については、「古紙（段ボール・事務文書類等）の削減・リサイクル」（60.4%）の割合が最も高く、「プラスチックの資源循環（使い捨て製品の使用抑制・リサイクル等）」（29.3%）、「従業員への環境教育・研修の実施」（21.6%）と続いている。

規模別では、規模に関わらず、「古紙（段ボール・事務文書類等）の削減・リサイクル」の回答率がトップとなった。次いで、小規模（30.0%）は「プラスチックの資源循環（使い捨て製品の使用抑制・リサイクル等）」、大規模（45.8%）・中規模（29.8%）は「従業員への環境教育・研修の実施」の割合が高い。

業種別では、全ての業種において、「古紙（段ボール・事務文書類等）の削減・リサイクル」の回答率がトップとなっている。次いで、「プラスチックの資源循環（使い捨て製品の使用抑制・リサイクル等）」の割合が高い。

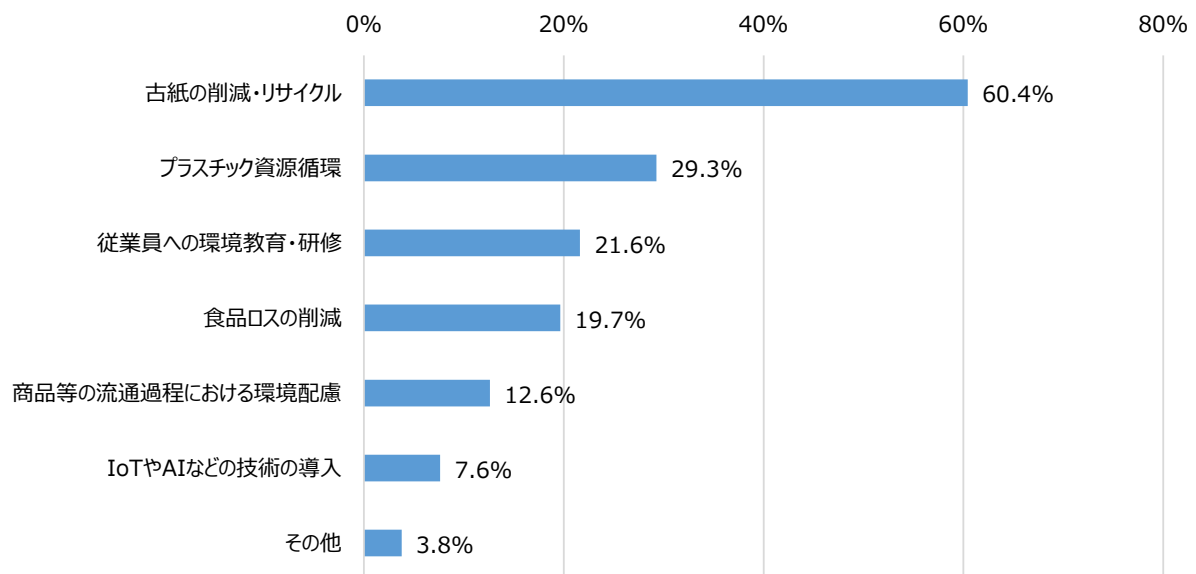
表 Ⅱ.4 環境への取り組み状況

(n=1,165)

環境への取り組み状況	件数	回答率
古紙（段ボール・事務文書類等）の削減・リサイクル	704	60.4%
プラスチックの資源循環（使い捨て製品の使用抑制・リサイクル等）	341	29.3%
従業員への環境教育・研修の実施	252	21.6%
食品ロスの削減（食品加工・食品製造・売れ残り・食べ残し等）	229	19.7%
商品等の流通過程における環境配慮	147	12.6%
IoTやAIなどの技術の導入（運営管理やエネルギー効率など）	89	7.6%
その他	44	3.8%

図 Ⅱ.4（1）

環境への取り組み状況



規模別・業種別

図 II.4 (2)

規模別／回答率

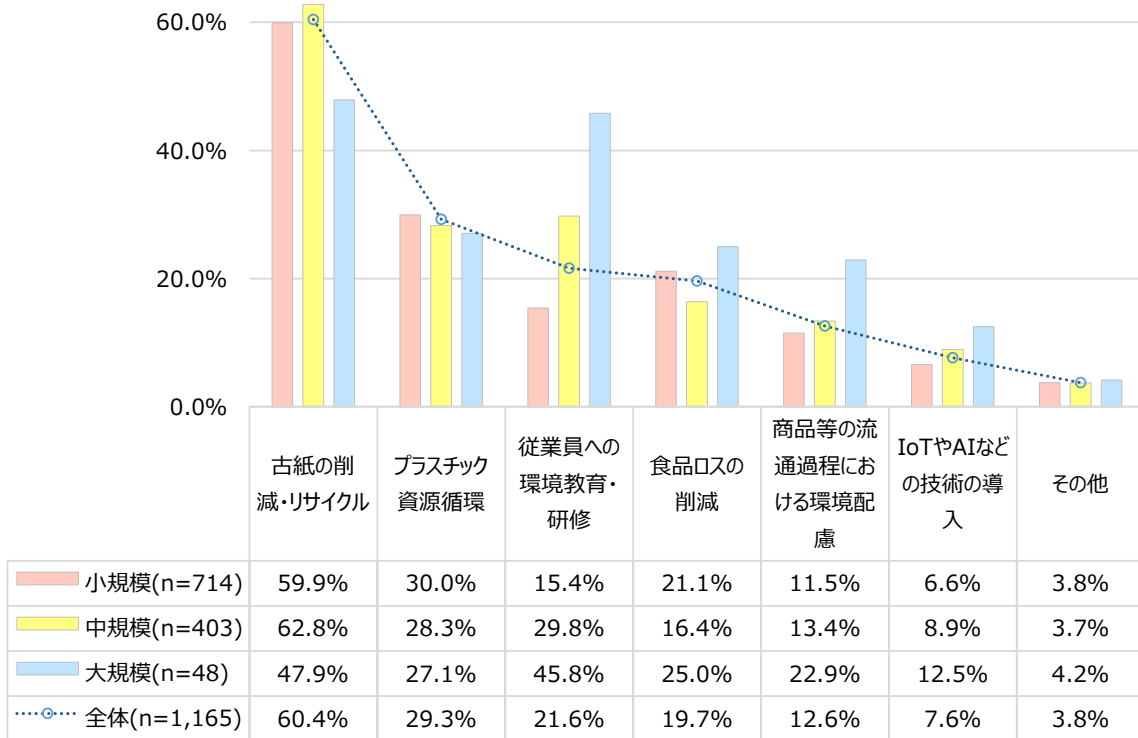
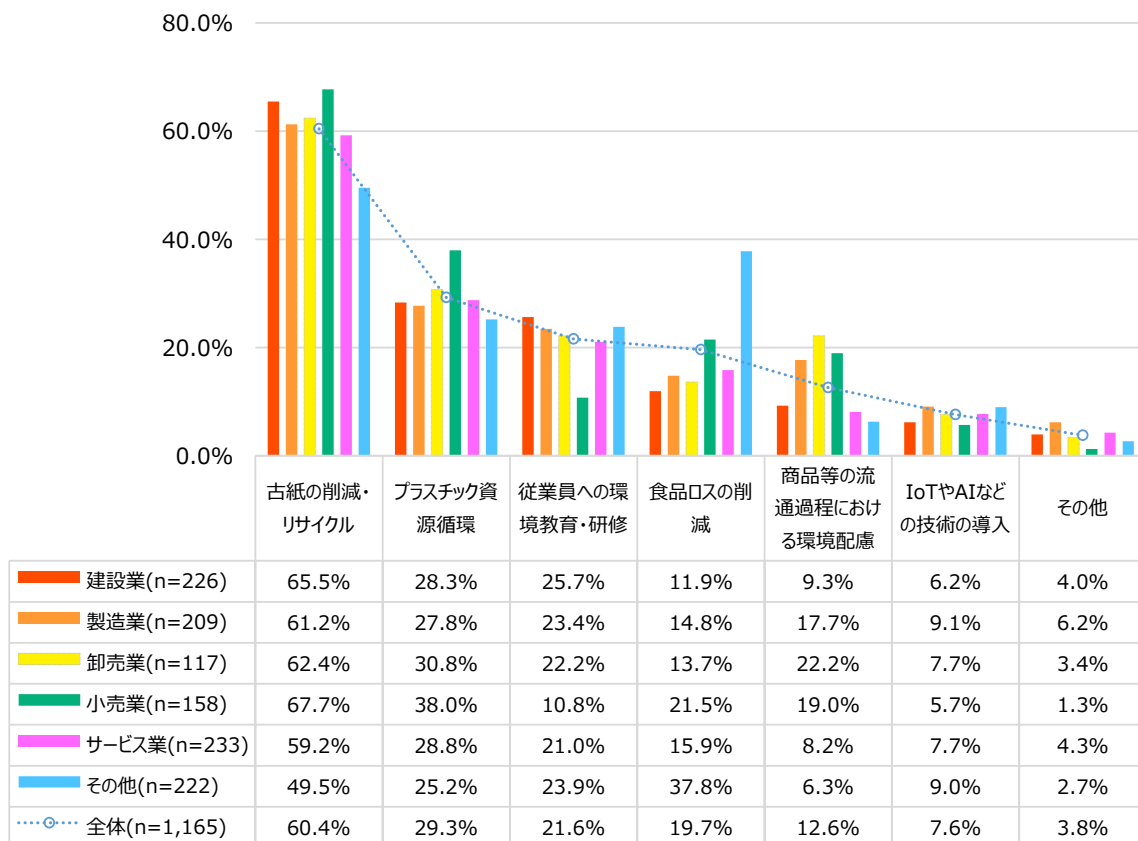


図 II.4 (3)

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

5.脱炭素化につながる設備導入・利用状況

(1) 再エネ設備及び省エネ設備等に関すること（複数回答）

脱炭素化につながる設備導入・利用状況（再エネ設備及び省エネ設備等に関すること）については、「照明のLED化」（72.5%）の割合が最も高く、「省エネ設備・高効率機器（高効率空調、高性能ボイラ等）」（14.9%）、「太陽光発電設備」（13.0%）と続いている。

規模別では、規模に関わらず、「照明のLED化」の回答率がトップとなった。次いで、中規模（19.9%）・小規模（11.2%）は「省エネ設備・高効率機器（高効率空調、高性能ボイラ等）」、大規模（31.3%）は「太陽光発電設備」の割合が高い。

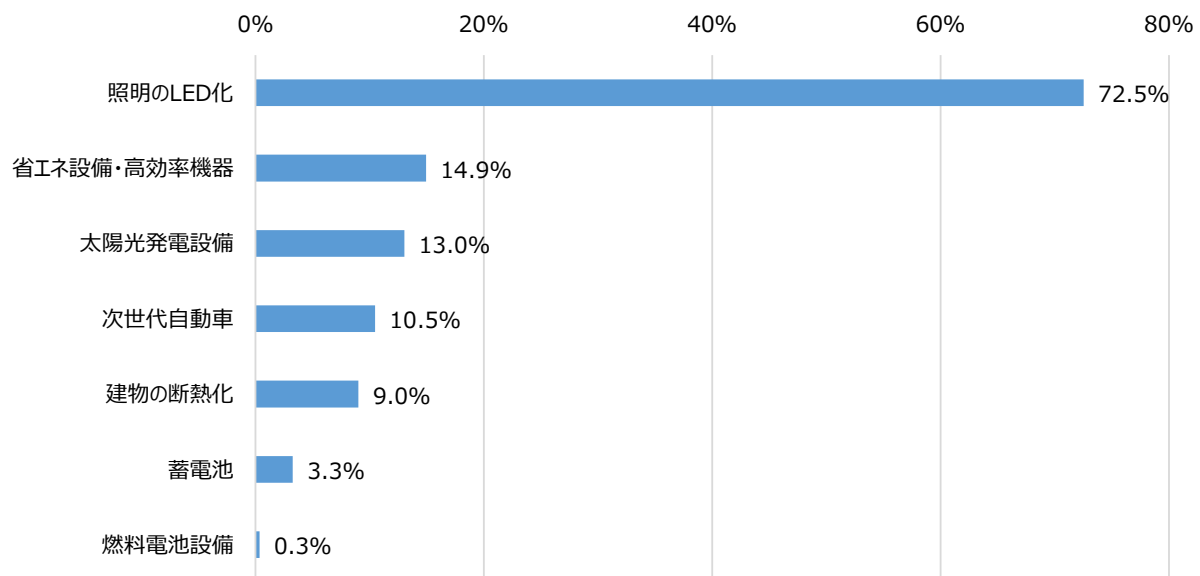
業種別では、全ての業種において、「照明のLED化」の割合が高い。また、卸売業（14.5%）・建設業（14.2%）は「次世代自動車（EV、FCV、PHV）」の導入の割合が多い。

表 Ⅱ.5（1） 再エネ設備及び省エネ設備等に関すること (n=1,165)

再エネ設備及び省エネ設備等に関すること	件数	回答率
照明のLED化	845	72.5%
省エネ設備・高効率機器（高効率空調、高性能ボイラ等）	174	14.9%
太陽光発電設備	152	13.0%
次世代自動車（EV、FCV、PHV*）	122	10.5%
建物の断熱化	105	9.0%
蓄電池	38	3.3%
燃料電池設備	4	0.3%

※ E V：電気自動車 F C V：燃料電池自動車 P H V：プラグインハイブリッド自動車（ハイブリッド車は含まない）

図 Ⅱ.5（1）① 再エネ設備及び省エネ設備等に関すること



規模別・業種別

図 II.5 (1) ②

規模別／回答率

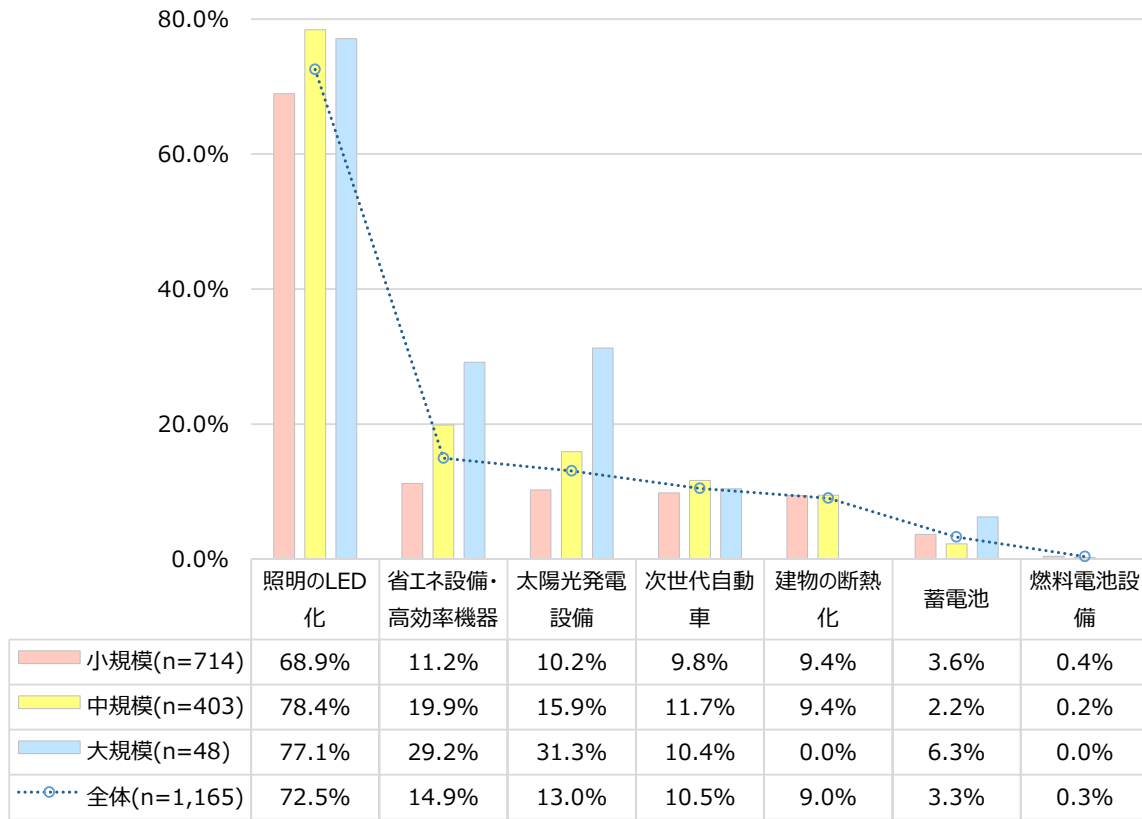
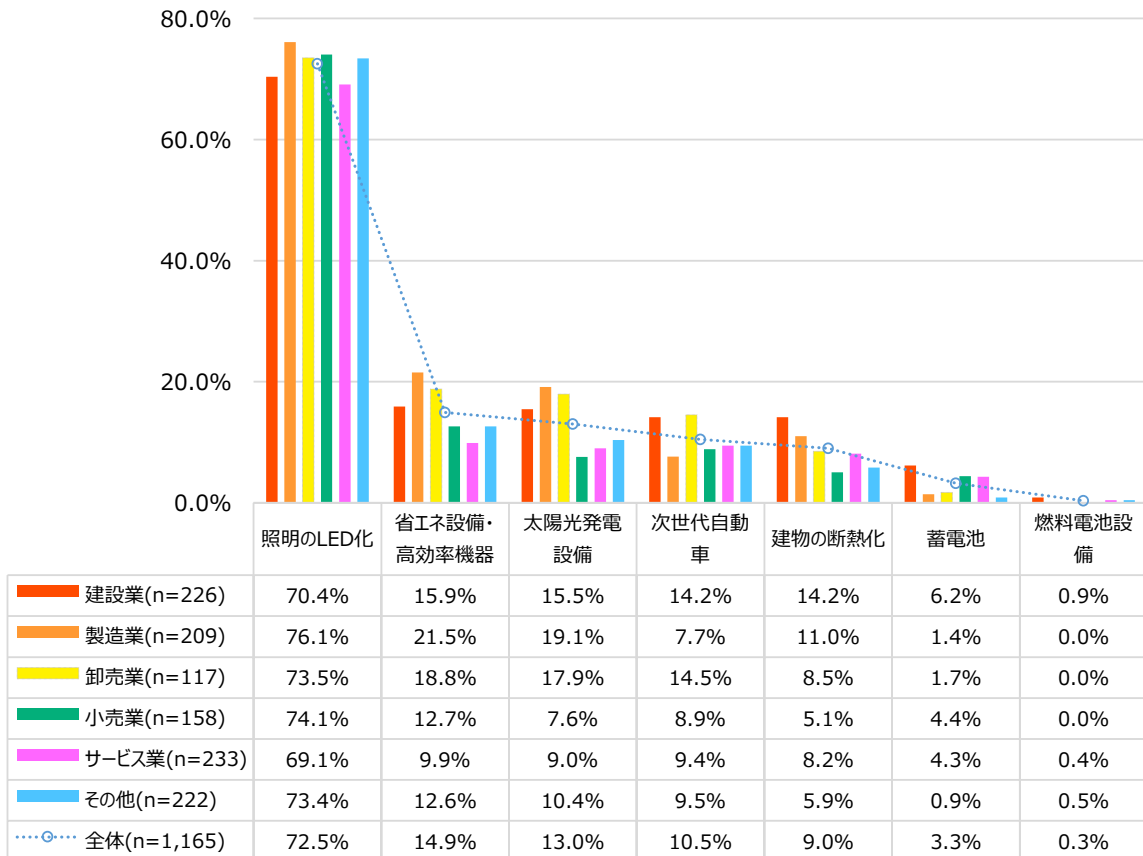


図 II.5 (1) ③

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

5.脱炭素化につながる設備導入・利用状況

(2) 社内での行動（複数回答）

脱炭素化につながる設備導入・利用状況（社内での行動）については、「空調・照明の省エネ化・節電の組織的な取り組み」（62.1％）の割合が最も高く、「環境に配慮した自動車運転（エコドライブ等）の徹底」（21.5％）、「環境負荷のより少ない資材等の優先購入や使用」（13.6％）と続いている。

規模別では、規模に関わらず、「空調・照明の省エネ化・節電の組織的な取り組み」の回答率がトップとなった。次いで、中規模（21.8％）・小規模（20.7％）は「環境に配慮した自動車運転（エコドライブ等）の徹底」、大規模（35.4％）は「社内研修などの社員教育の徹底」の割合が高い。

業種別では、全ての業種において、「空調・照明の省エネ化などの取り組み」の回答率がトップとなっている。次いで、「環境に配慮した自動車運転（エコドライブ等）の徹底」の割合が高い。

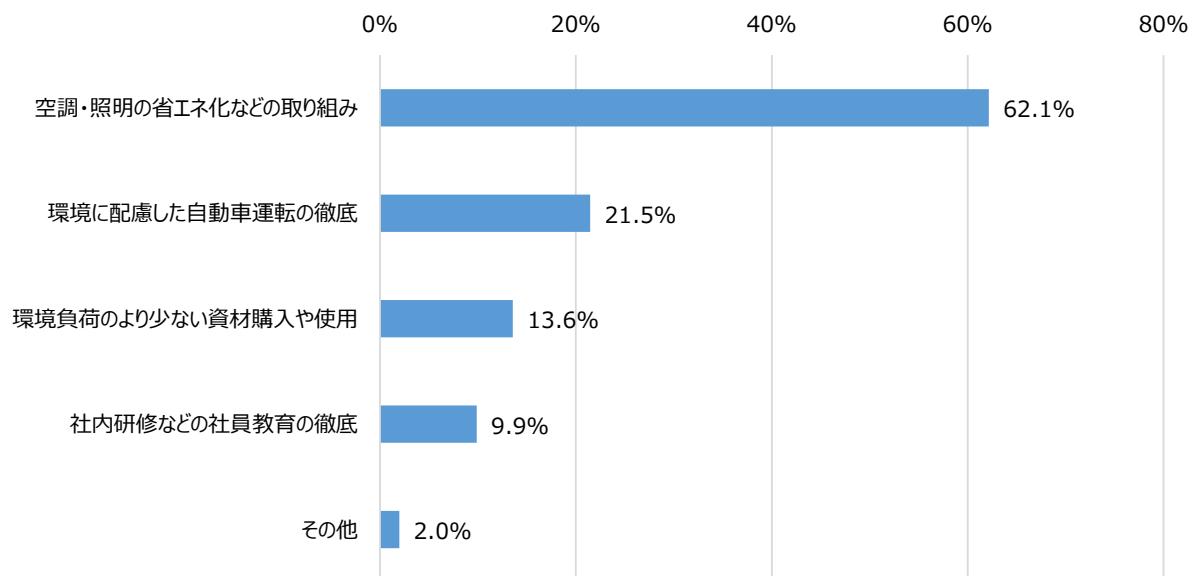
表 Ⅱ.5 (2) 社内での行動

(n=1,165)

社内での行動	件数	回答率
空調・照明の省エネ化・節電の組織的な取り組み	724	62.1%
環境に配慮した自動車運転（エコドライブ等）の徹底	250	21.5%
環境負荷のより少ない資材等の優先購入や使用	158	13.6%
社内研修などの社員教育の徹底	115	9.9%
その他	23	2.0%

図 Ⅱ.5 (2) ①

社内での行動



規模別・業種別

図 II.5 (2) ②

規模別／回答率

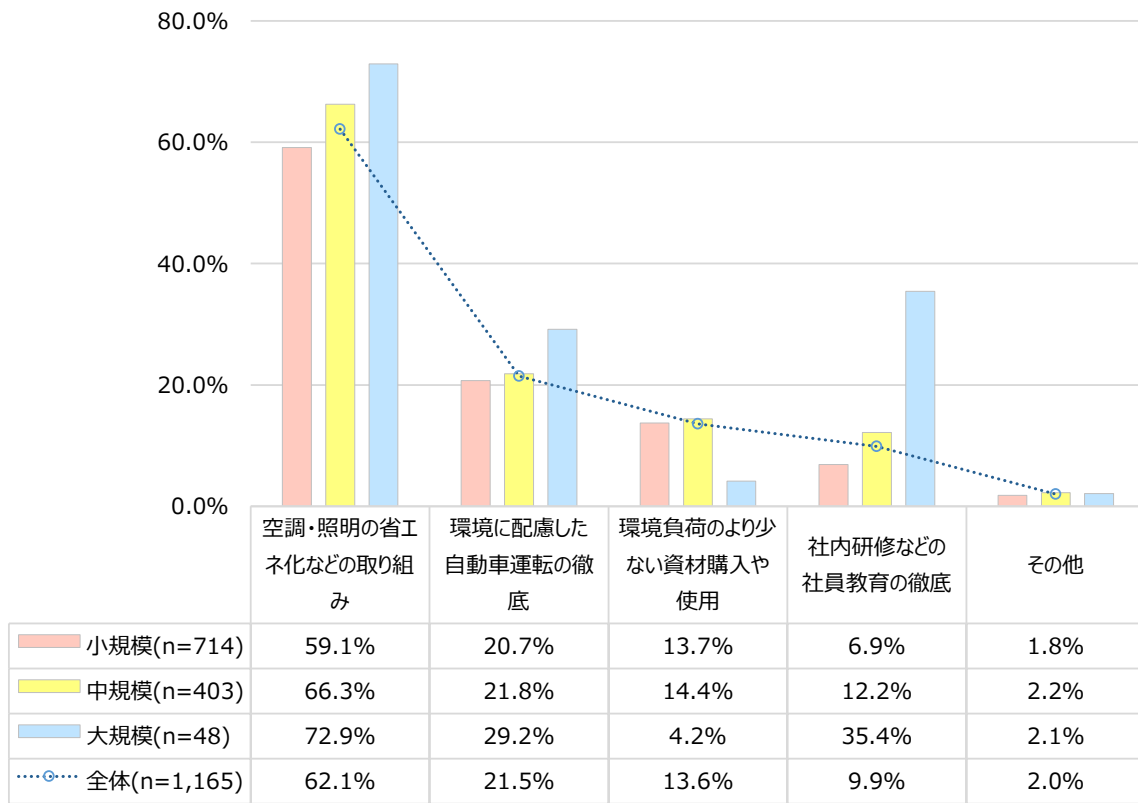
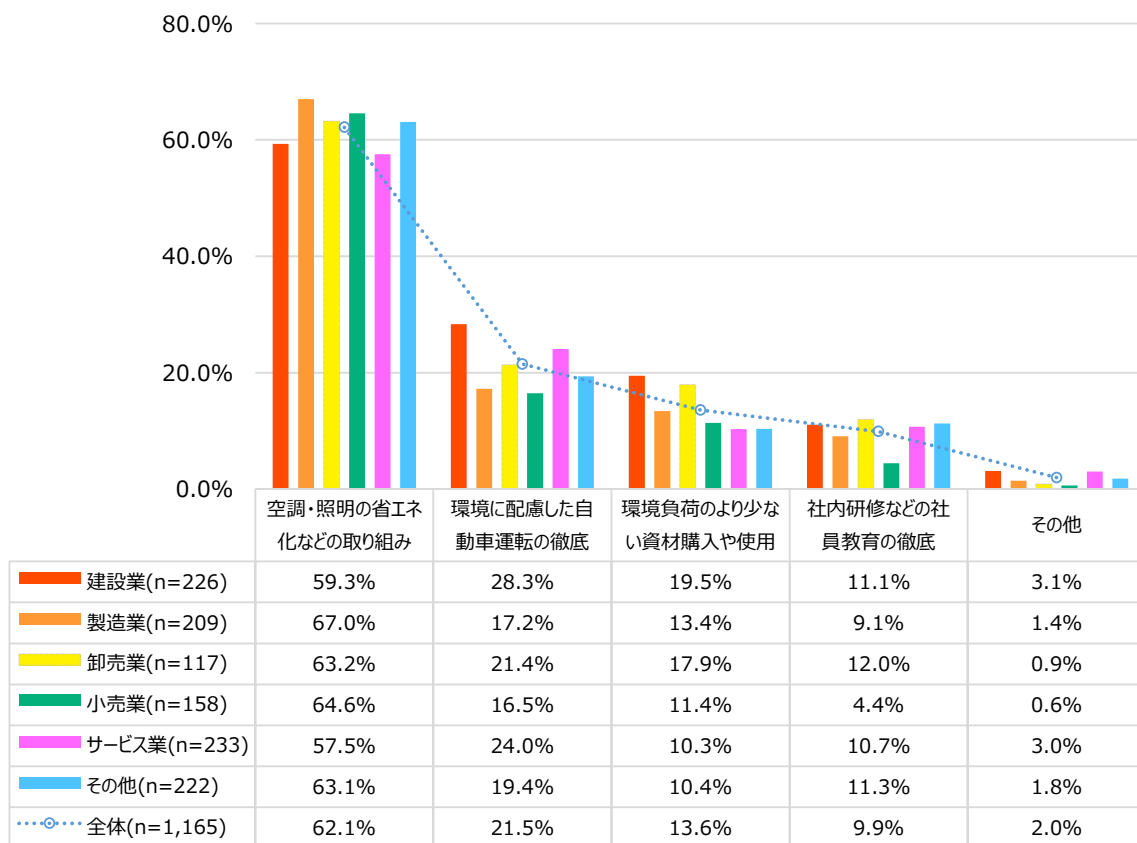


図 II.5 (2) ③

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

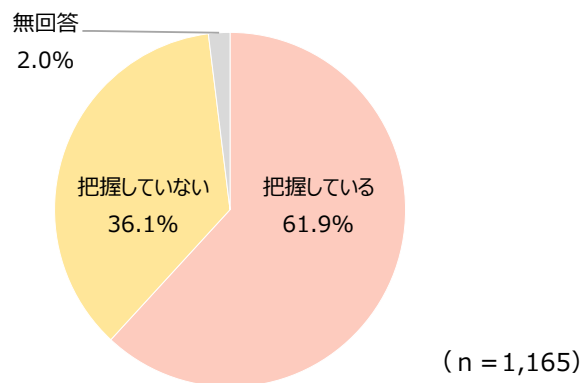
6.エネルギー使用量の把握状況

エネルギー使用量の把握状況については、「把握している」（61.9％）の割合が最も高く、「把握していない」（36.1％）と続いている。

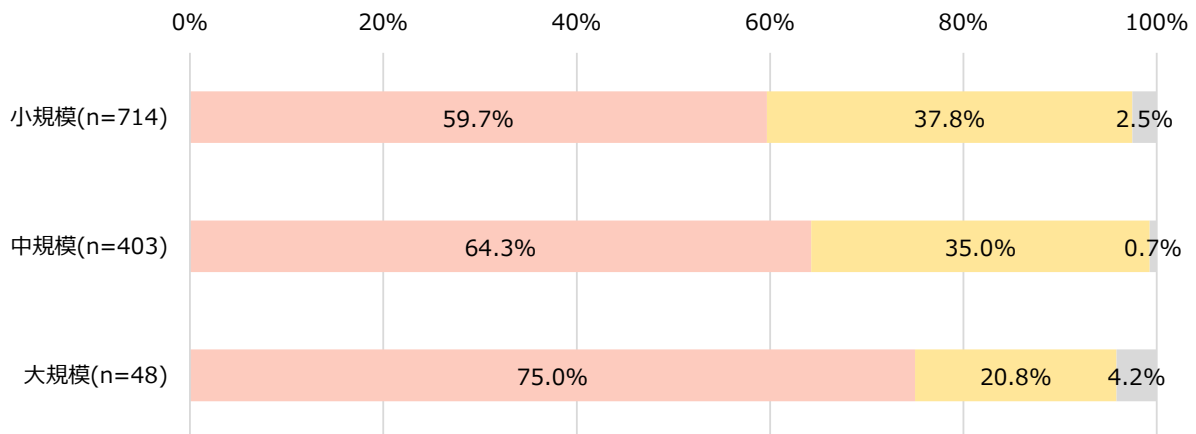
規模別では、大規模（75.0％）、中規模（64.3％）、小規模（59.7％）が「把握している」と回答している。大規模の方が、小規模・中規模に比べて、エネルギー使用量を把握している割合が高い。

業種別では、製造業（72.7％）が「把握している」の割合が最も高い。一方、建設業（43.8％）・卸売業（43.6％）・小売業（41.1％）は約4割がエネルギー使用量を把握していない。

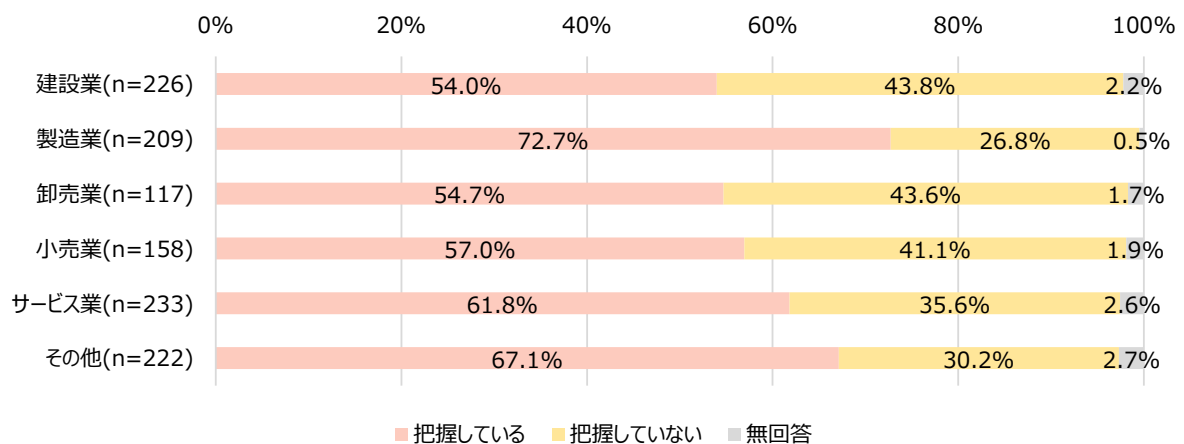
図Ⅱ.6（1） エネルギー使用量の把握状況



図Ⅱ.6（2） 規模別／構成比



図Ⅱ.6（3） 業種別／構成比



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

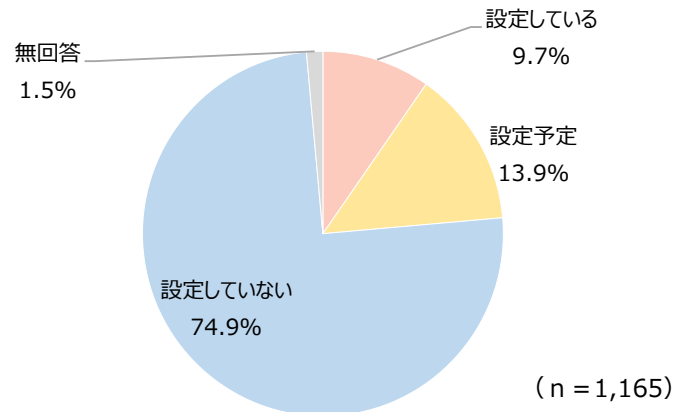
7.エネルギー使用量等の削減目標の設定状況

エネルギー使用量等の削減目標の設定状況については、「設定していない」（74.9％）の割合が最も高く、「設定予定」（13.9％）、「設定している」（9.7％）と続いている。

規模別では、大規模（25.0％）、中規模（13.4％）、小規模（6.6％）が「設定している」と回答している。規模が大きくなるにしたがって、エネルギー使用量等の削減目標の設定をしている。

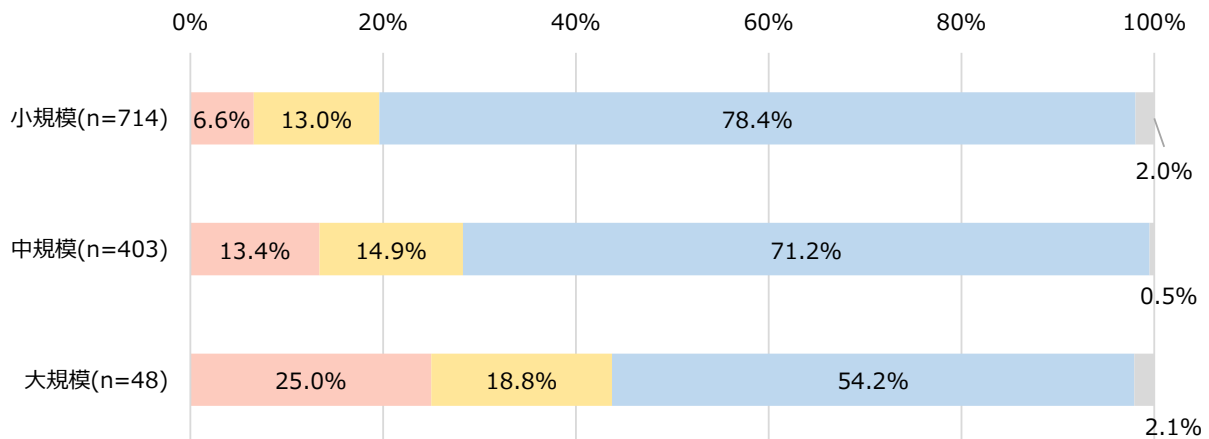
業種別では、製造業（14.8％）が「設定している」の割合が最も高い。しかしながら、全ての業種において、約7割がエネルギー使用量等の削減目標の設定をしていない。

図Ⅱ.7（1） エネルギー使用量等の削減目標設定状況



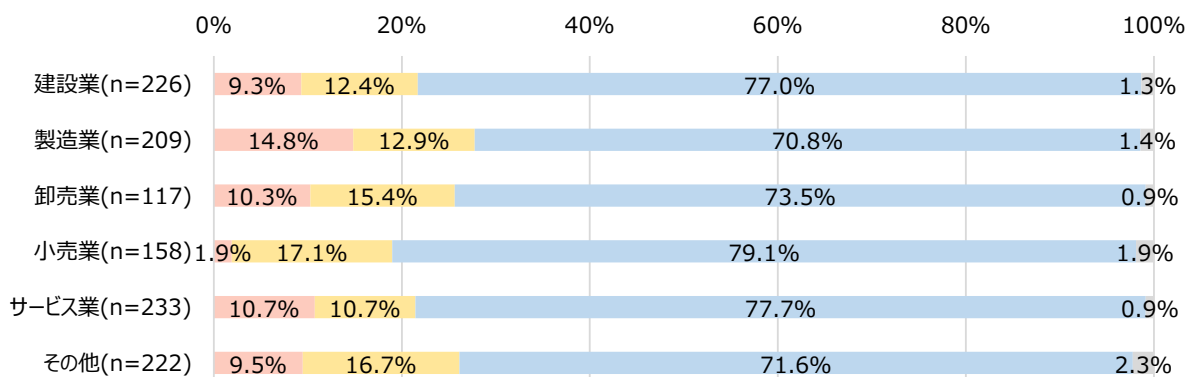
図Ⅱ.7（2）

規模別／構成比



図Ⅱ.7（3）

業種別／構成比



■ 設定している ■ 設定予定 ■ 設定していない ■ 無回答

Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

8.顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請

顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請については、「特に変化はない」（76.1％）の割合が最も高く、「わからない」（19.4％）、「厳しくなった」（2.9％）と続いている。

規模別では、大規模（6.3％）、中規模（4.5％）、小規模（1.8％）が「厳しくなった」と回答している。

業種別では、卸売業（6.0％）が「厳しくなった」の割合が最も高い。

規模別・業種別に関わらず、現状のところ顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請には変化がみられないものの、今後の動向に留意する必要がある。

図 Ⅱ.8（1） 取引先からの環境負荷の軽減要請

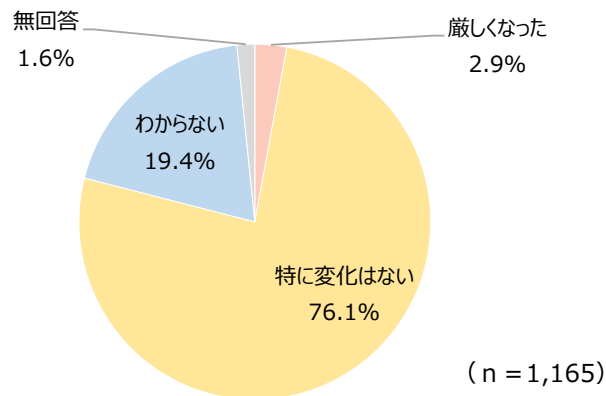


図 Ⅱ.8（2） 規模別／構成比

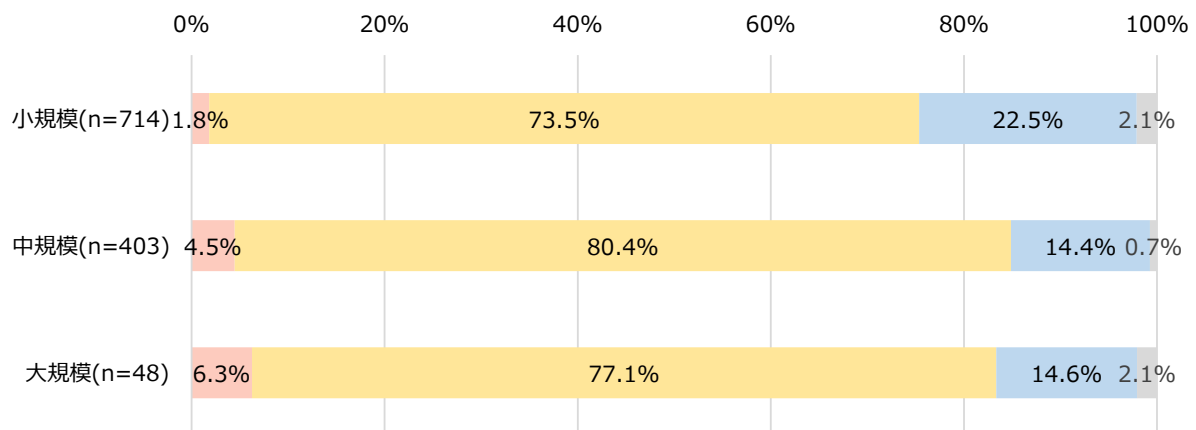
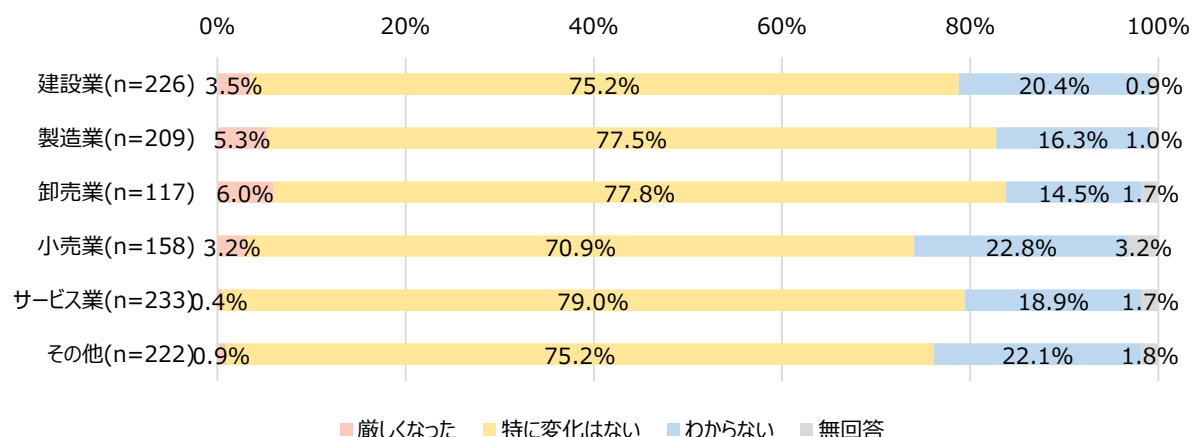


図 Ⅱ.8（3） 業種別／構成比



(空白)

Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

9.環境等に配慮した調達（複数回答）

環境に配慮した調達については、「国産や県内産の原料・物品の選択・調達」（23.8％）の割合が最も高く、「環境に配慮した製品やサービスの調達（グリーン購入）」（18.1％）、「環境に配慮した製品の原材料や資材等の調達（グリーン調達）」（15.4％）と続いている。

規模別では、中規模（22.6％）・大規模（18.8％）は「環境に配慮した製品やサービスの調達（グリーン購入）」が最も高く、小規模（26.9％）では「国産や県内産の原料・物品の選択・調達」の割合が高い。

業種別では、全ての業種において、「国産や県内産の原料・物品の選択・調達」の回答率がトップとなっている。

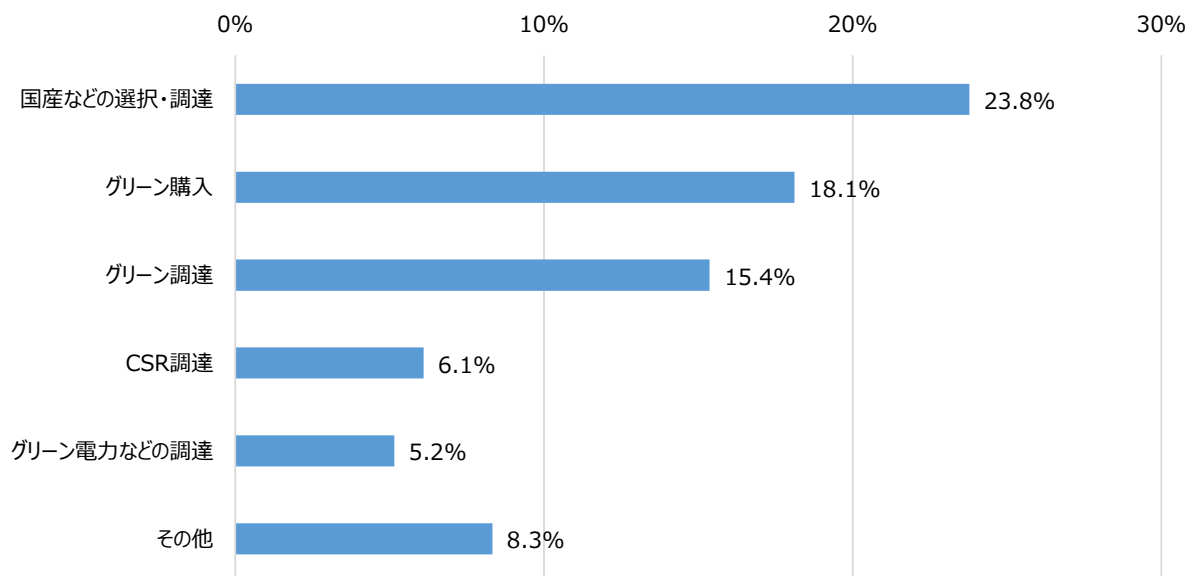
表 Ⅱ.9 環境等に配慮した調達

(n=1,165)

環境等に配慮した調達	件数	回答率
国産や県内産の原料・物品の選択・調達	277	23.8%
環境に配慮した製品やサービスの調達（グリーン購入）	211	18.1%
環境に配慮した製品の原材料や資材等の調達（グリーン調達）	179	15.4%
CSR（環境・社会等）に配慮した調達（CSR調達）	71	6.1%
グリーン電力や再生可能エネルギーの調達	60	5.2%
その他	97	8.3%

図 Ⅱ.9（1）

環境等に配慮した調達



規模別・業種別

図 II.9 (2)

規模別／回答率

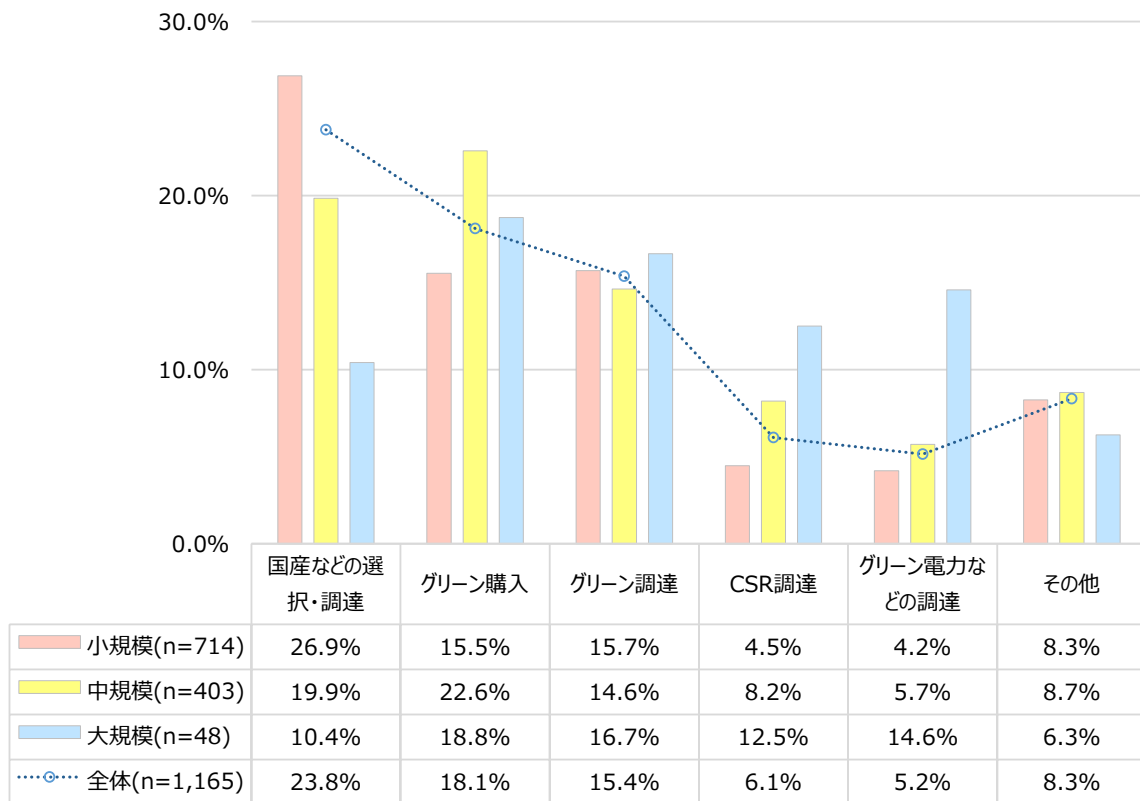
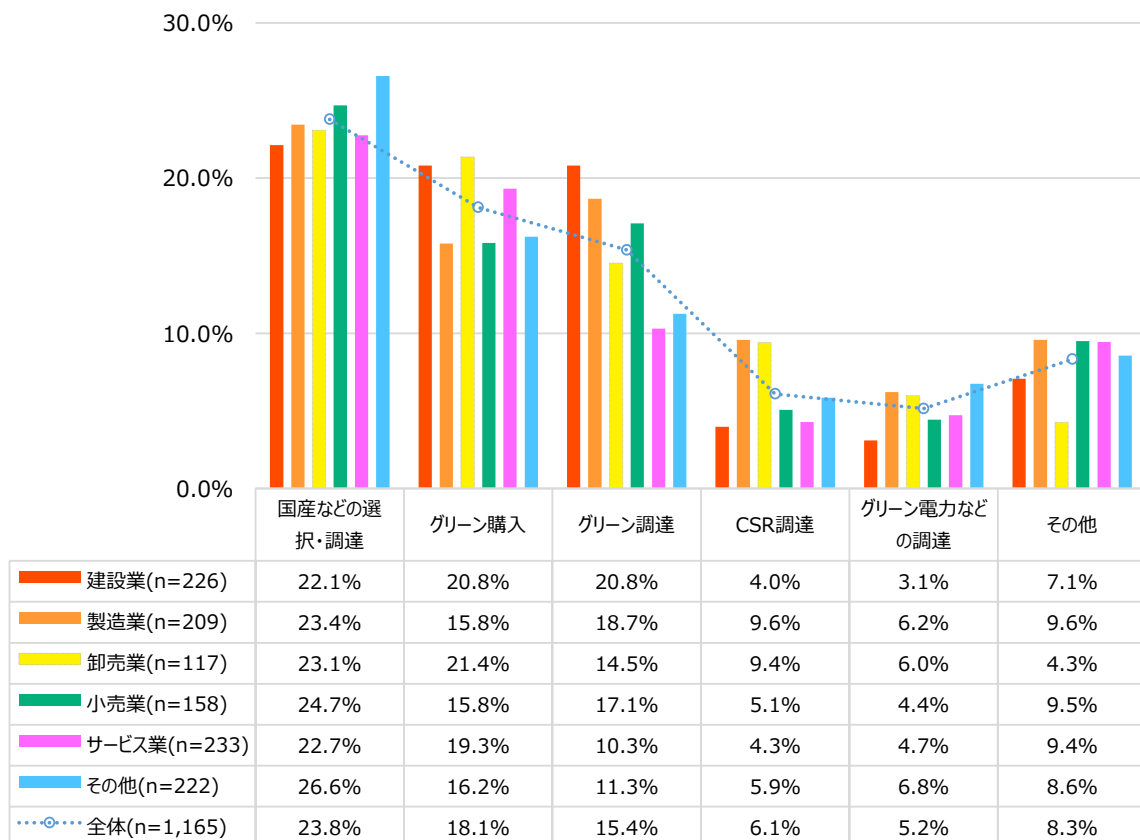


図 II.9 (3)

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

10.脱炭素に取り組む際に必要と思われる支援（複数回答）

脱炭素への取り組みに必要な支援については、「省エネ設備等への補助金」（42.1％）の割合が最も高く、「省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供」（40.3％）、「同業者の取り組み事例の提供」（28.2％）と続いている。

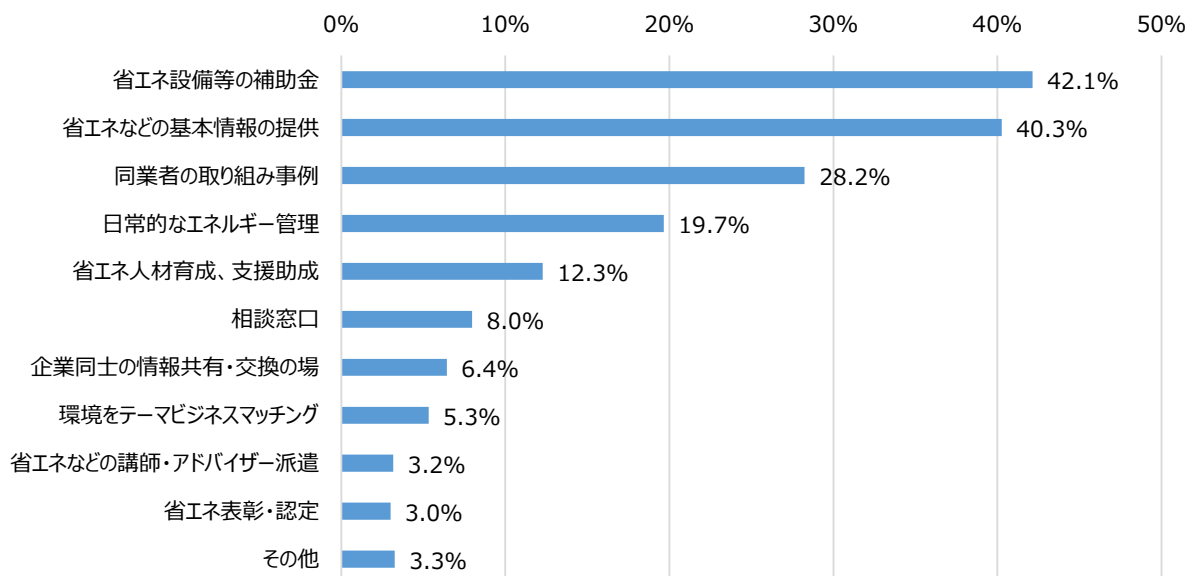
規模別では、大規模（56.3％）・中規模（45.4％）は「省エネ設備等への補助金」が最も高く、小規模（40.6％）では「省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供」の割合が高い。また、大規模（12.5％）は、小規模・中規模に比べて、「相談窓口（再エネ・蓄電などの提案）」の割合が高い。

業種別では、製造業（50.2％）、建設業（45.1％）は「省エネ設備等への補助金」の割合が高い。卸売業（45.3％）、小売業（41.8％）、サービス業（36.9％）は「省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供」の割合が高い。

表 Ⅱ.10 脱炭素への取り組みに必要なと思われる支援 (n=1,165)

脱炭素への取り組みに必要なと思われる支援	件数	回答率
省エネ設備等への補助金	491	42.1%
省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供	469	40.3%
同業者の取り組み事例の提供	329	28.2%
日常的なエネルギー管理のノウハウの提供	229	19.7%
省エネ人材育成のための支援・助成	143	12.3%
相談窓口（再エネ・蓄電などの提案）	93	8.0%
企業同士で情報共有・交換する場の提供	75	6.4%
環境・脱炭素をテーマにしたビジネスマッチング	62	5.3%
省エネを最適化するための講師・アドバイザー派遣	37	3.2%
省エネ・脱炭素に取り組む企業の表彰・認定	35	3.0%
その他	38	3.3%

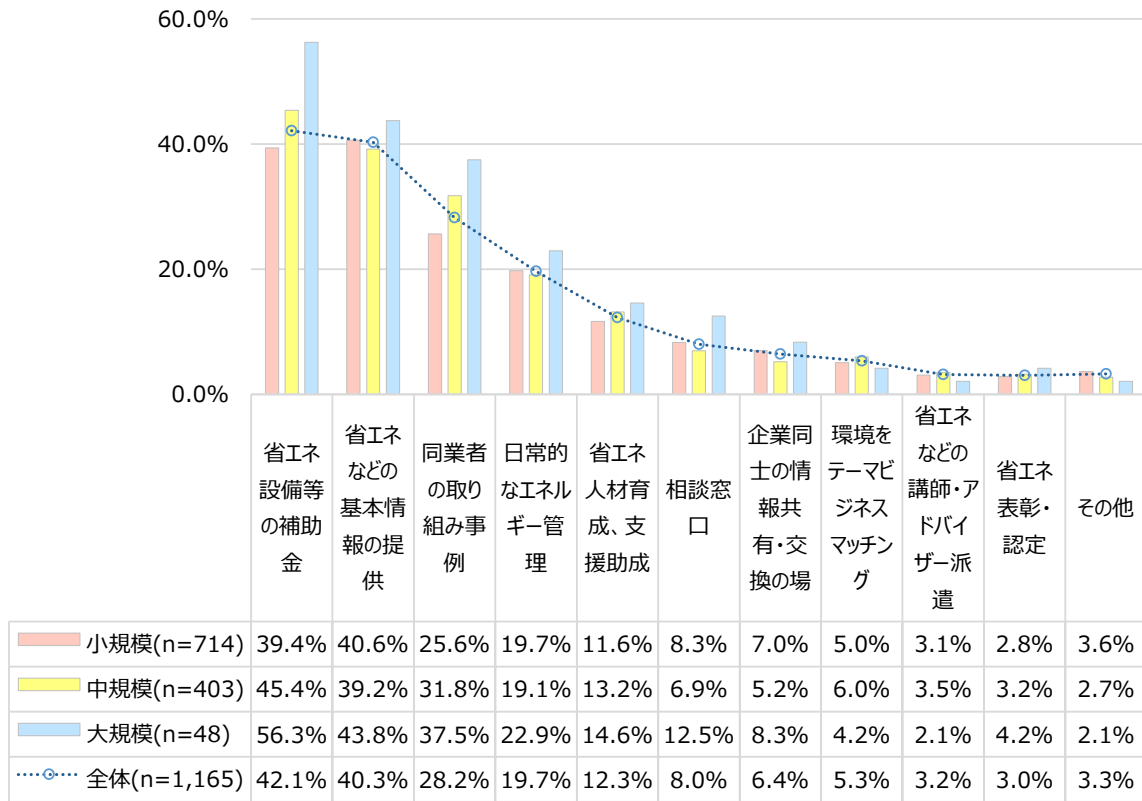
図 Ⅱ.10 (1) 脱炭素への取り組みに必要なと思われる支援



規模別・業種別

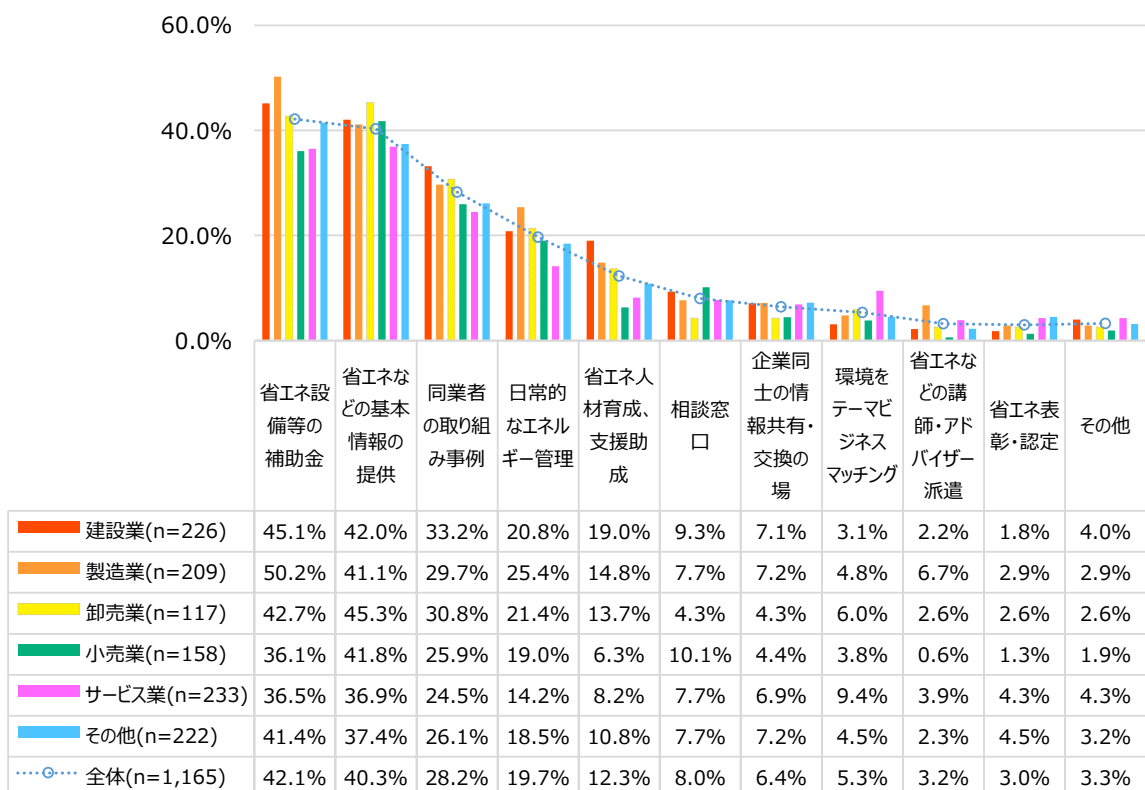
図Ⅱ.10 (2)

規模別／回答率



図Ⅱ.10 (3)

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

11.環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み

（1）環境【Environment】（複数回答）

環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（環境【Environment】）については、「廃棄物の削減・リサイクル」（69.9%）の割合が最も高く、「水やエネルギーの効率的利用」（20.3%）、「温室効果ガスの排出量の削減」（17.9%）と続いている。

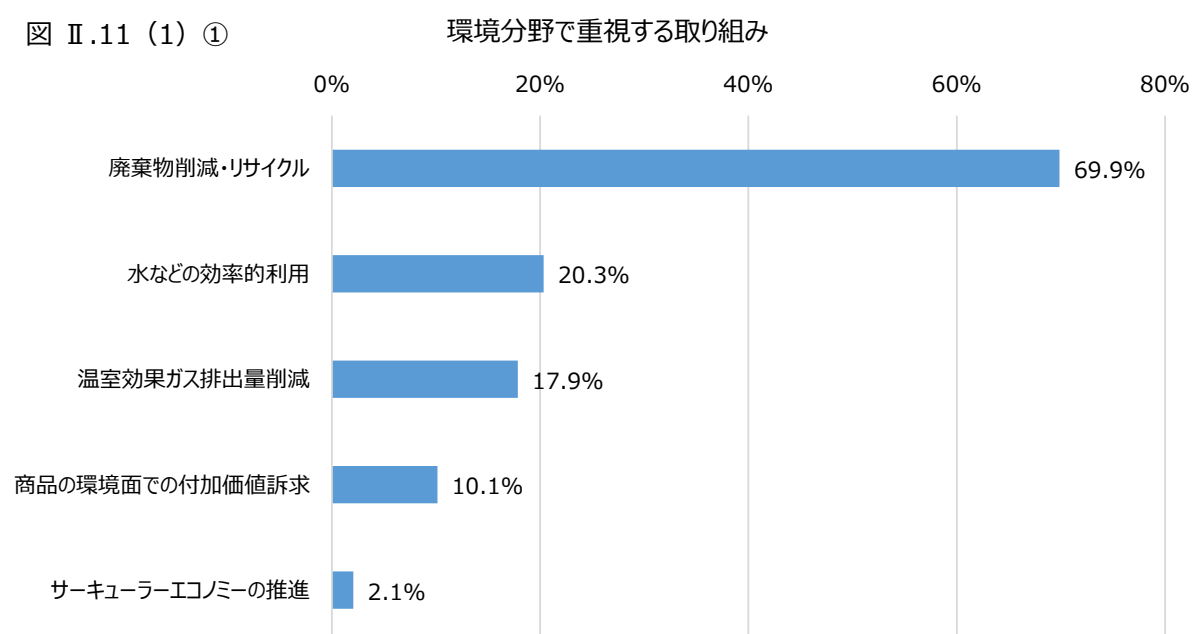
規模別では、規模に関わらず、「廃棄物の削減・リサイクル」の回答率がトップとなっている。また、大規模（39.6%、35.4%）の方が、小規模・中規模に比べて、「水やエネルギーの効率的利用」「温室効果ガスの排出量の削減」に取り組んでいる。

業種別では、全ての業種において、「廃棄物の削減・リサイクル」の割合が高い。

表 Ⅱ.11（1）環境分野で重視する取り組み （n=1,165）

環境分野で重視する取り組み	件数	回答率
廃棄物の削減・リサイクル	814	69.9%
水やエネルギーの効率的利用	237	20.3%
温室効果ガスの排出量の削減	208	17.9%
商品の環境面での付加価値訴求	118	10.1%
サーキュラーエコノミーの推進	24	2.1%

図 Ⅱ.11（1）①



規模別・業種別

図 II.11 (1) ②

規模別／回答率

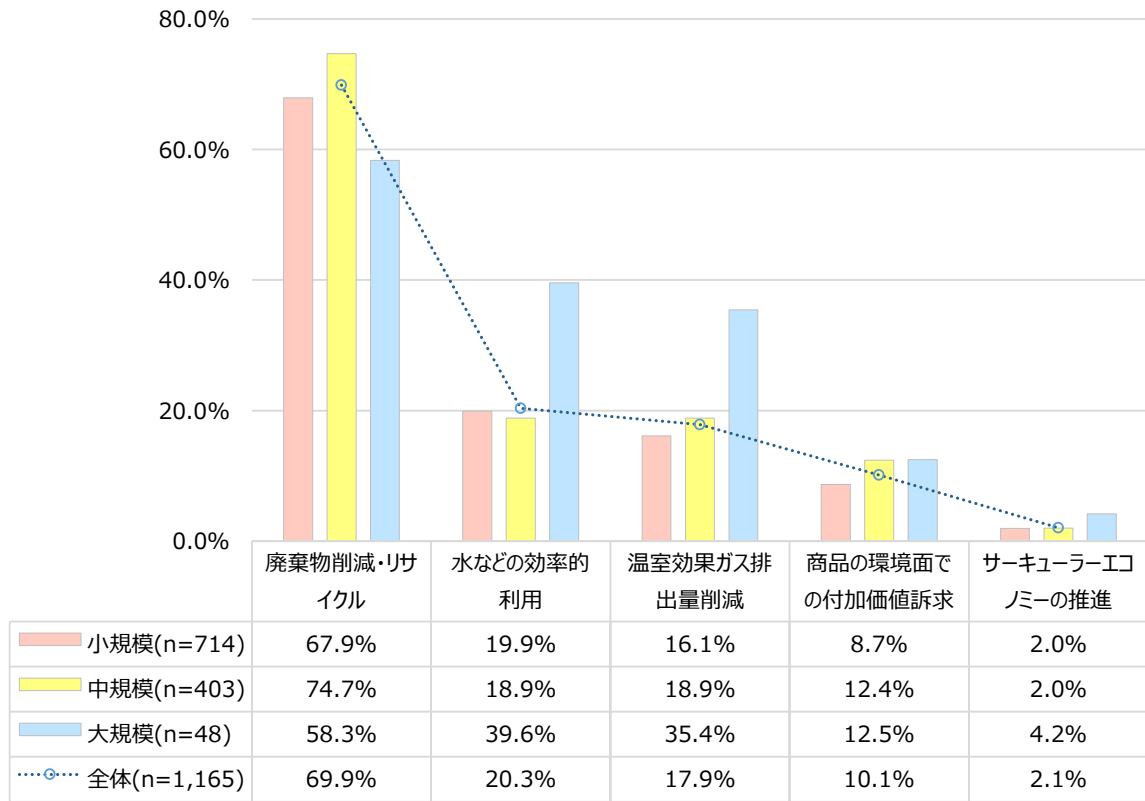
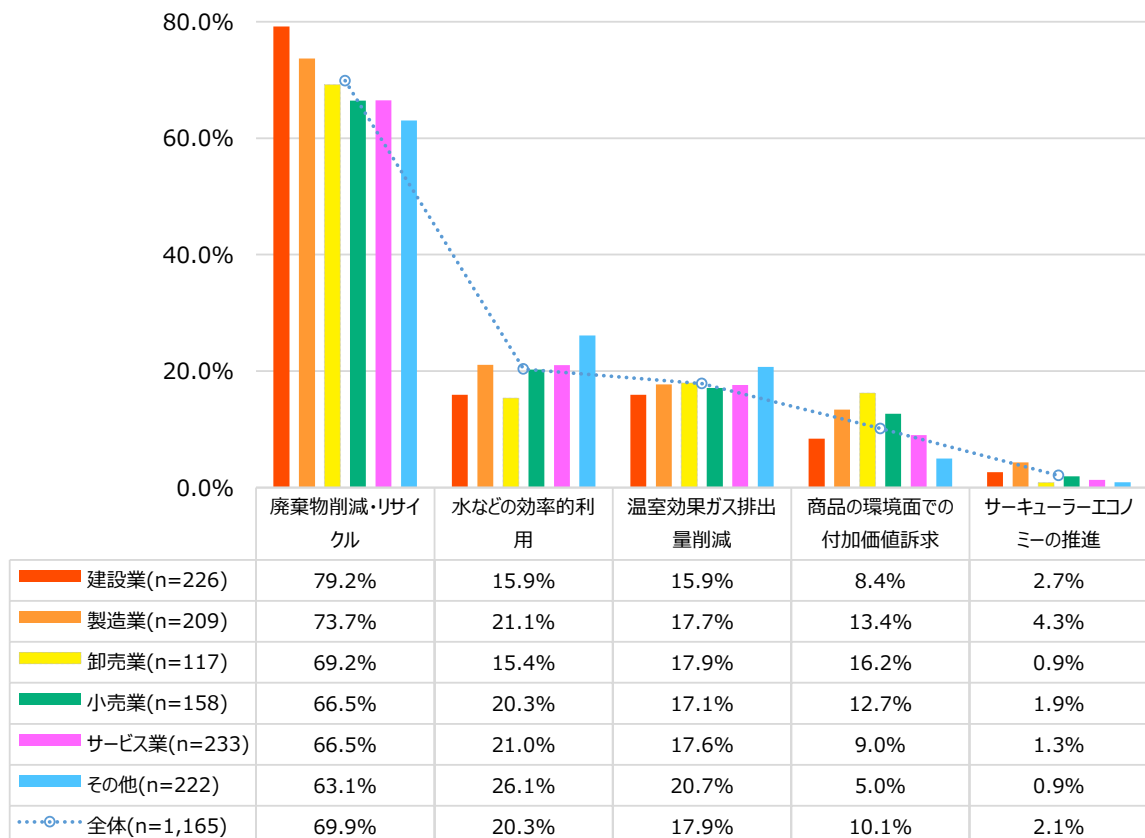


図 II.11 (1) ③

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

11.環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み

（2）社会【Society】（複数回答）

環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（社会【Society】）については、「労務環境（残業削減・有給休暇取得促進など）への対応」（43.8%）の割合が最も高く、「安全・衛生的な職場環境の整備」（42.5%）、「多様な働き方（時間・場所・雇用形態・兼業など）への対応」（30.4%）と続いている。

規模別では、大規模（72.9%）・中規模（60.0%）は「労務環境（残業削減・有給休暇取得促進など）への対応」の割合が高く、小規模（40.5%）では、「安全・衛生的な職場環境の整備」の割合が高い。

業種別では、卸売業（56.4%）、製造業（52.6%）、サービス業（41.2%）、小売業（32.9%）は「労務環境（残業削減・有給休暇取得促進など）への対応」の割合が高い。建設業（53.1%）では「安全・衛生的な職場環境の整備」の割合が高い。

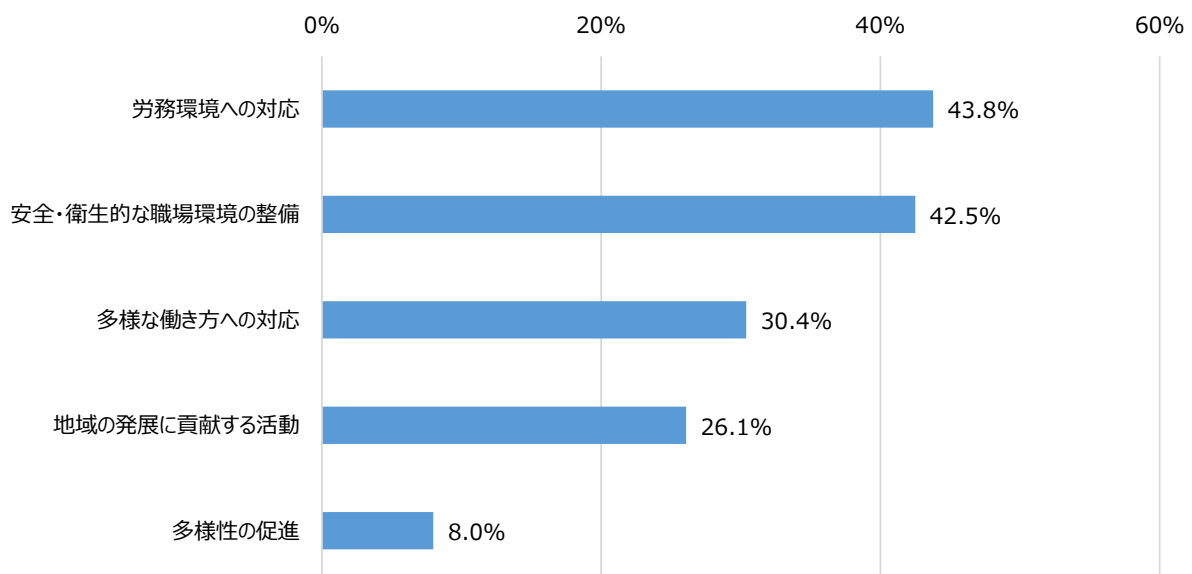
表 Ⅱ.11 （2）社会分野で重視する取り組み

(n=1,165)

社会分野で重視する取り組み	件数	回答率
労務環境（残業削減・有給休暇取得促進など）への対応	510	43.8%
安全・衛生的な職場環境の整備	495	42.5%
多様な働き方（時間・場所・雇用形態・兼業など）への対応	354	30.4%
地域の発展に貢献する活動	304	26.1%
多様性（ダイバーシティ）の促進	93	8.0%

図 Ⅱ.11 （2）①

社会分野で重視する取り組み



規模別・業種別

図 II.11 (2) ②

規模別／回答率

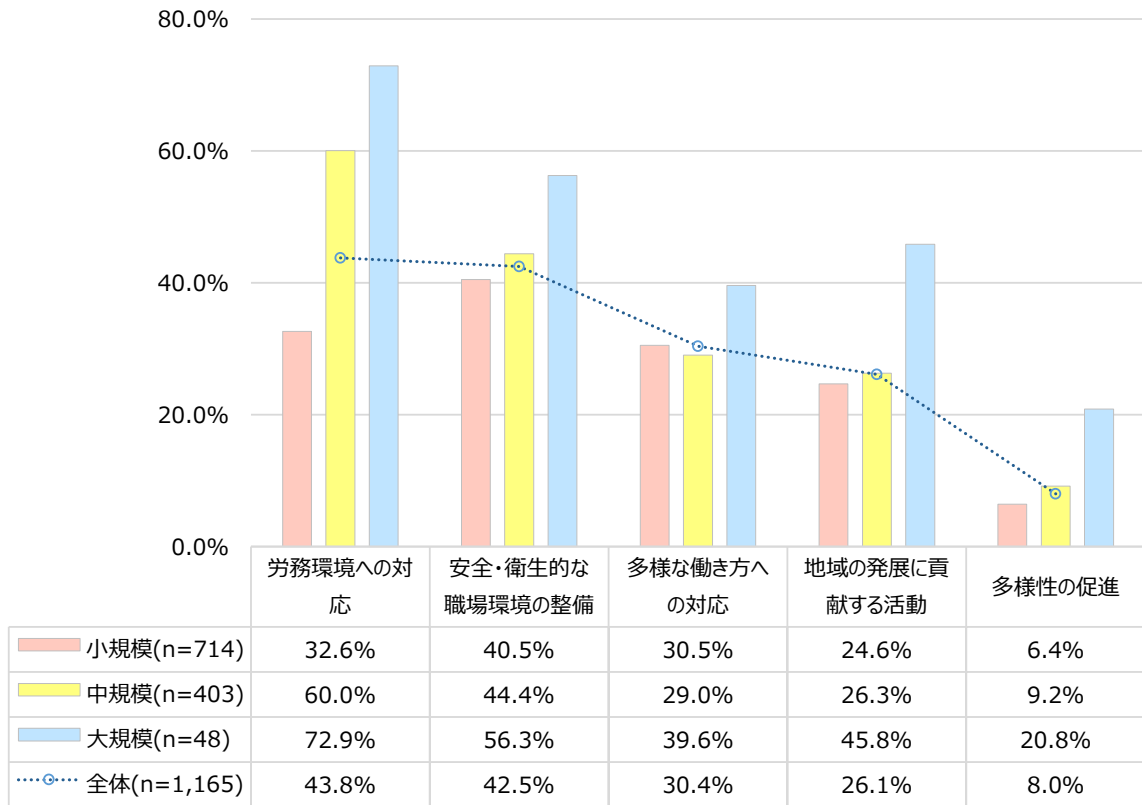
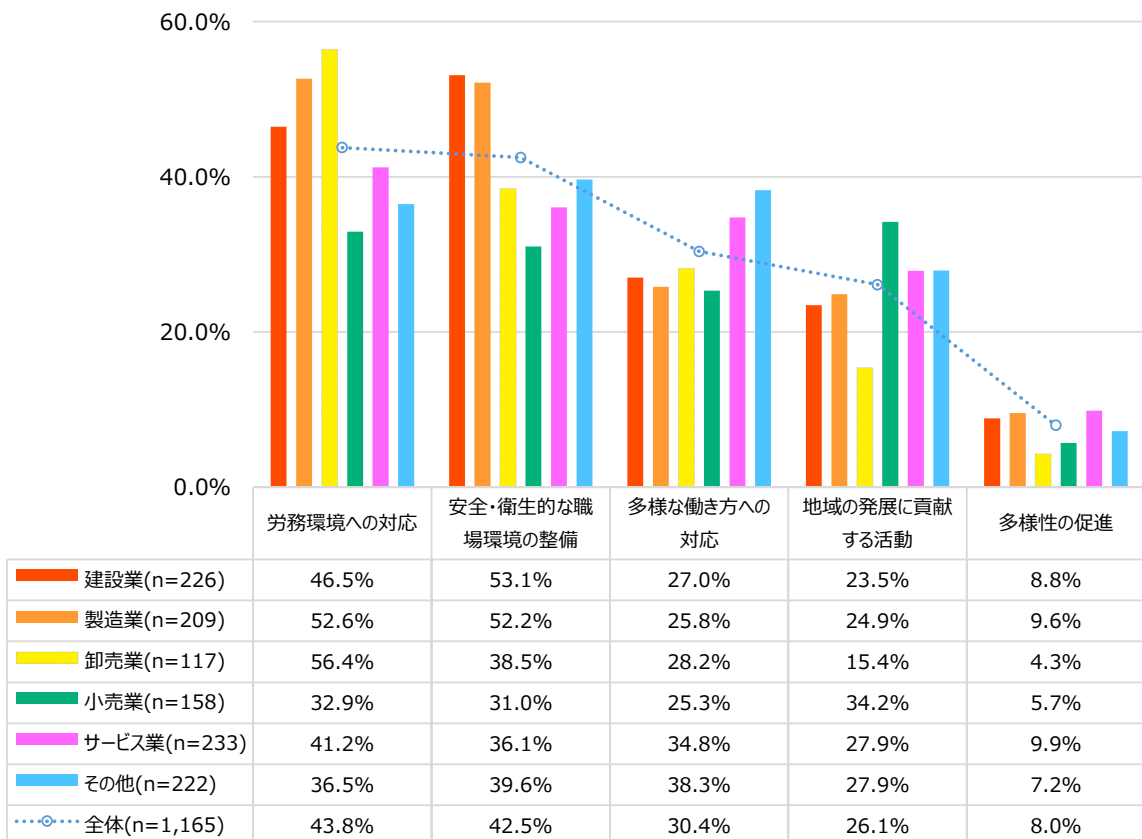


図 II.11 (2) ③

業種別／回答率



Ⅱ.環境・脱炭素への取り組みについて

11.環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み

（3）管理体制【Governance】（複数回答）

環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（管理体制【Governance】）については、「コンプライアンスの遵守」（45.9%）の割合が最も高く、「お客様満足度向上への対応」（40.6%）、「社内ルールの明確化と周知」（31.0%）と続いている。

規模別では、大規模（75.0%）、中規模（56.8%）は「コンプライアンスの遵守」の割合が高い。小規模（41.6%）では、「お客様満足度向上への対応」の割合が高い。

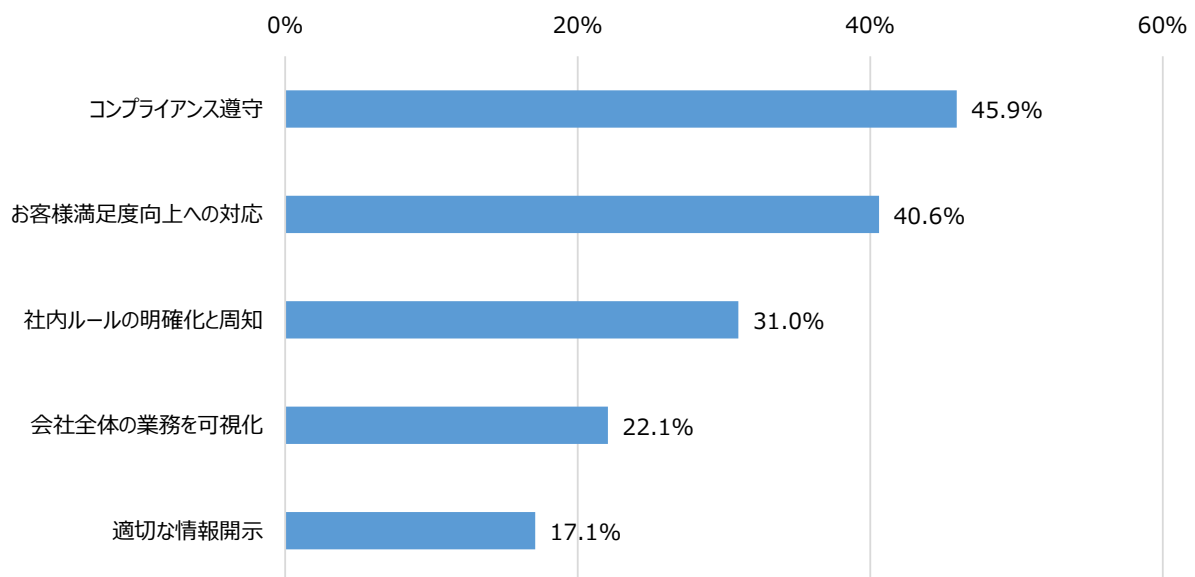
業種別では、卸売業（54.7%）・製造業（49.3%）・サービス業（47.6%）・建設業（43.8%）は「コンプライアンスの遵守」の割合が高く、小売業（51.3%）は「お客様満足度向上への対応」の割合が高い。

表 Ⅱ.11（3） 管理体制分野で重視する取り組み （n=1,165）

管理体制分野で重視する取り組み	件数	回答率
コンプライアンスの遵守	535	45.9%
お客様満足度向上への対応	473	40.6%
社内ルールの明確化と周知	361	31.0%
会社全体の業務を可視化	257	22.1%
適切な情報開示	199	17.1%

図 Ⅱ.11（3）①

管理体制分野で重視する取り組み



規模別・業種別

図 II.11 (3) ②

規模別／回答率

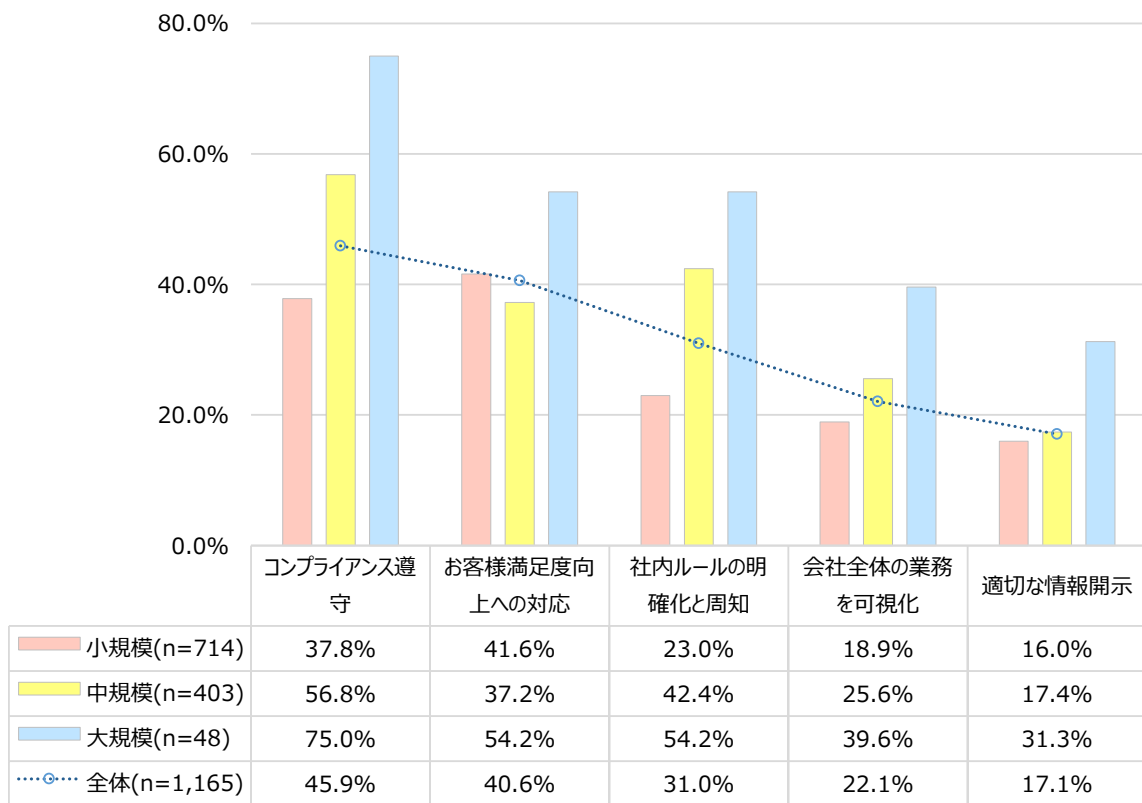
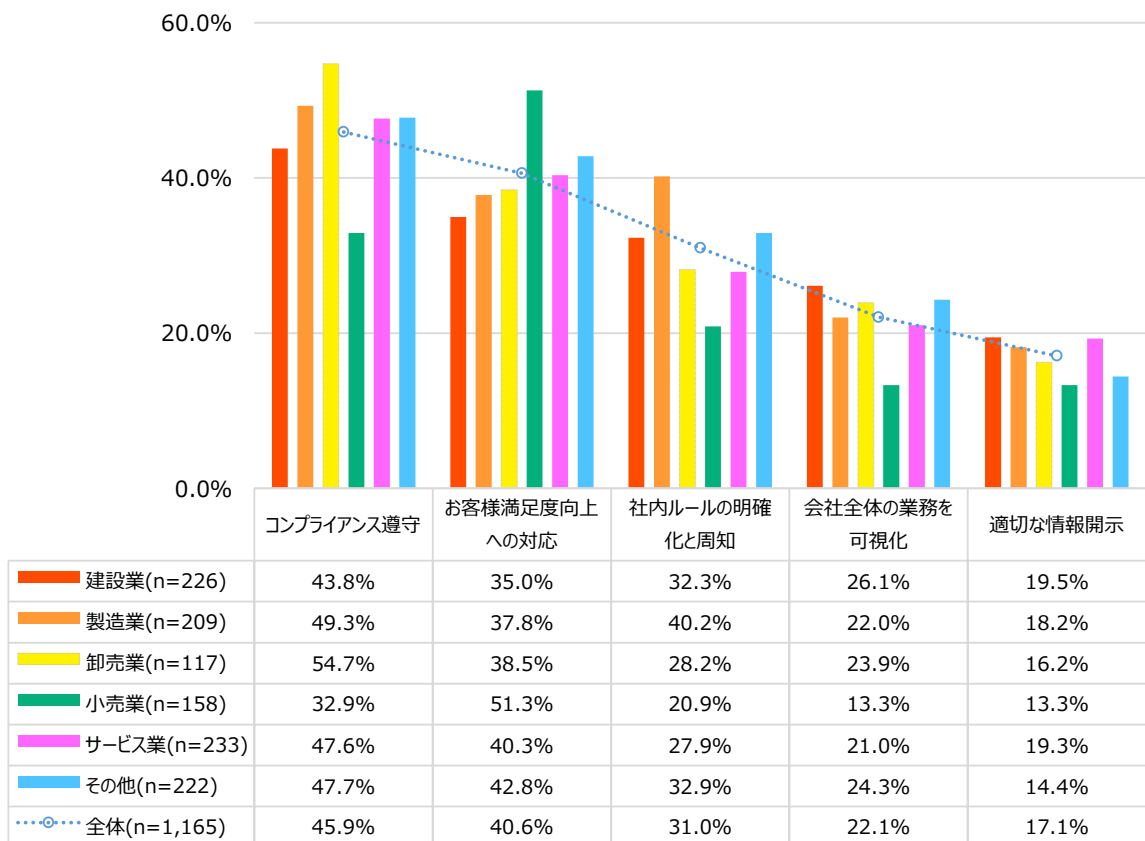


図 II.11 (3) ③

業種別／回答率



Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

1.SDGsの認知度と取り組み状況

SDGsの認知度と取り組み状況については、全体では、「特に対応する予定はない」（40.9％）の割合が最も高く、「既に実施している」（20.6％）、「検討している」（19.2％）と続いている。

規模別では、大規模は「既に実施している」（56.3％）が最も高く、小規模（41.9％）・中規模（40.7％）では「特に対応する予定はない」の割合が高い。規模が大きくなるにつれて、SDGsの認知度と取り組みが進んでいる。

業種別では、製造業（23.4％）、サービス業（22.7％）、建設業（19.0％）は「既に実施している」の割合が高い。一方、卸売業（46.2％）、製造業（45.5％）、サービス業（42.5％）、小売業（41.1％）では「特に対応する予定はない」の割合が高い。

図 Ⅲ.1 (1) SDGsの認知度と取り組み状況

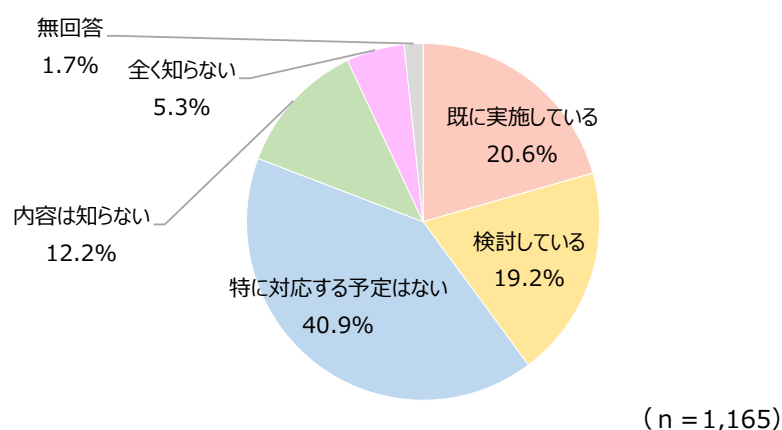


図 Ⅲ.1 (2) 規模別／構成比

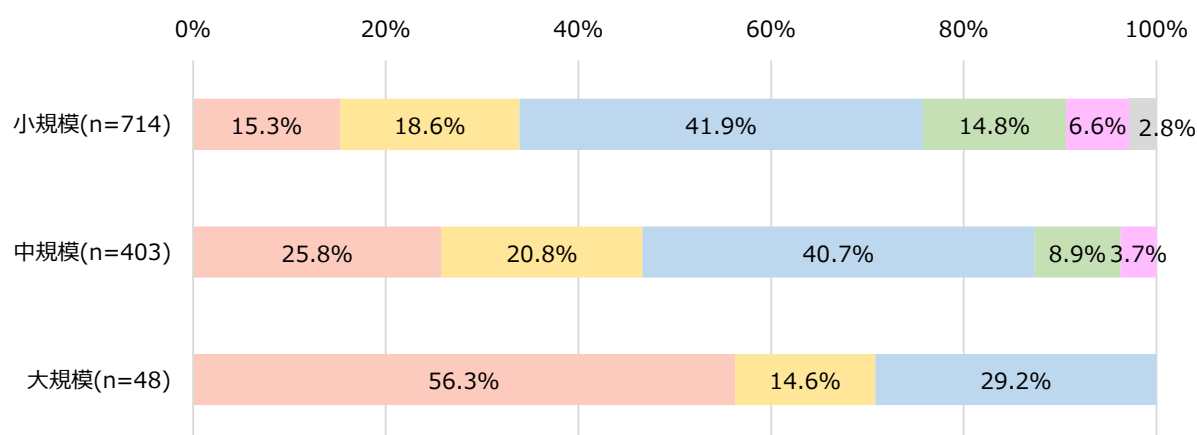
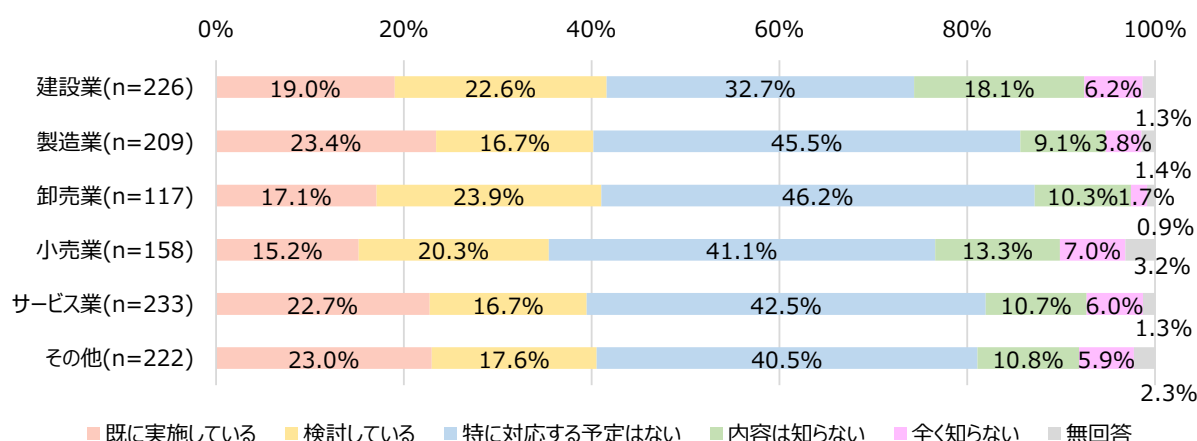


図 Ⅲ.1 (3) 業種別／構成比



■ 既に実施している ■ 検討している ■ 特に対応する予定はない ■ 内容は知らない ■ 全く知らない ■ 無回答

(空白)

Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

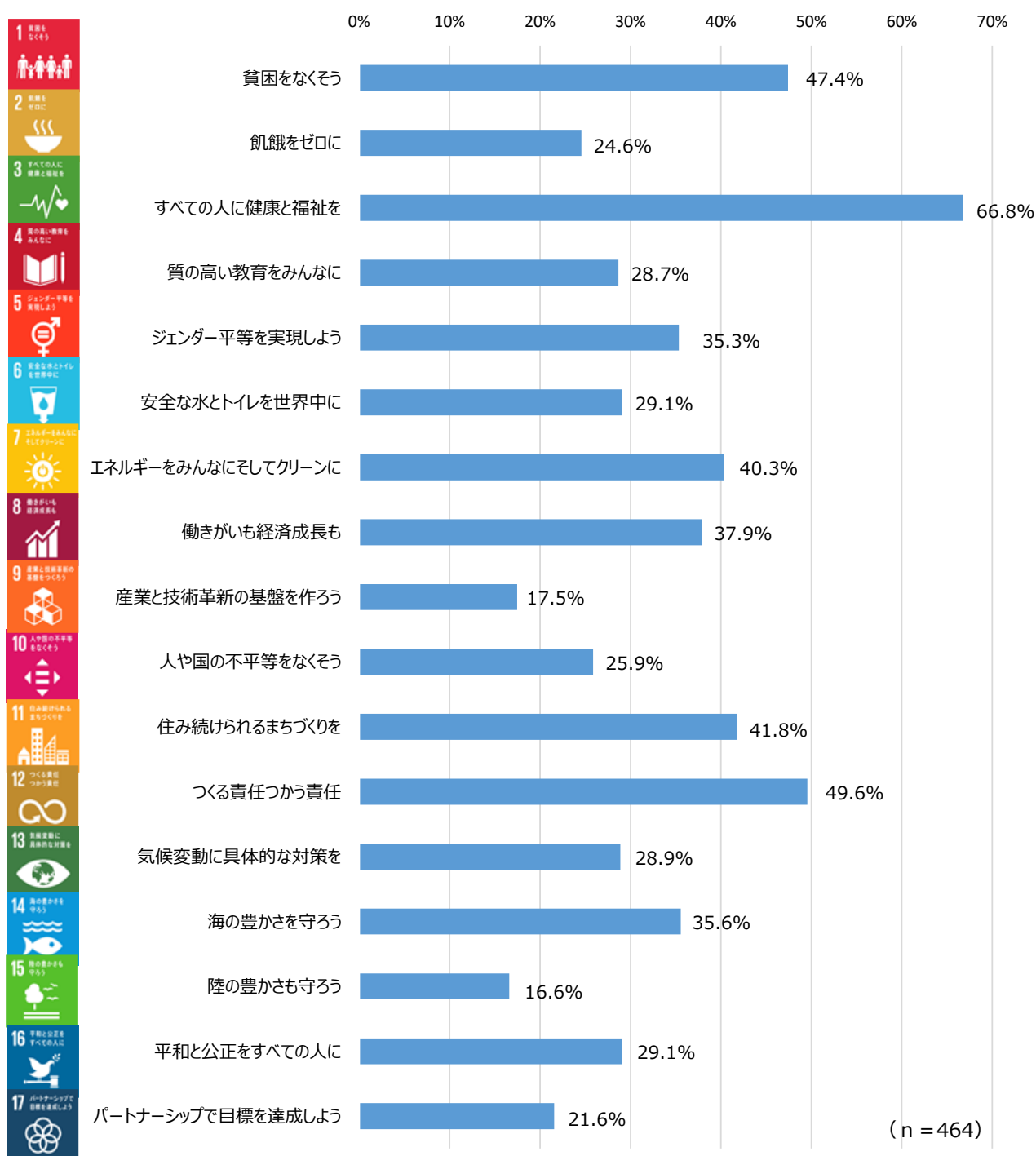
2. (1) 事業活動として取り組む（予定含む）SDGsのゴール（複数回答）

事業活動として取り組む（予定含む）SDGsのゴールについては、「すべての人に健康と福祉を」（66.8%）の割合が最も高く、「つくる責任つかう責任」（49.6%）、「貧困をなくそう」（47.4%）と続いている。

規模別では、規模に関わらず、「すべての人に健康と福祉を」の回答率がトップとなっている。

業種別では、小売業を除く業種において「すべての人に健康と福祉を」の割合が高い。小売業（51.8%）では「つくる責任つかう責任」が他の回答よりも割合が最も高い。

図 Ⅲ.2 (1) ① 事業活動として取り組む（予定含む）SDGsのゴール



規模別・業種別

図 Ⅲ.2 (1) ②

規模別／回答率

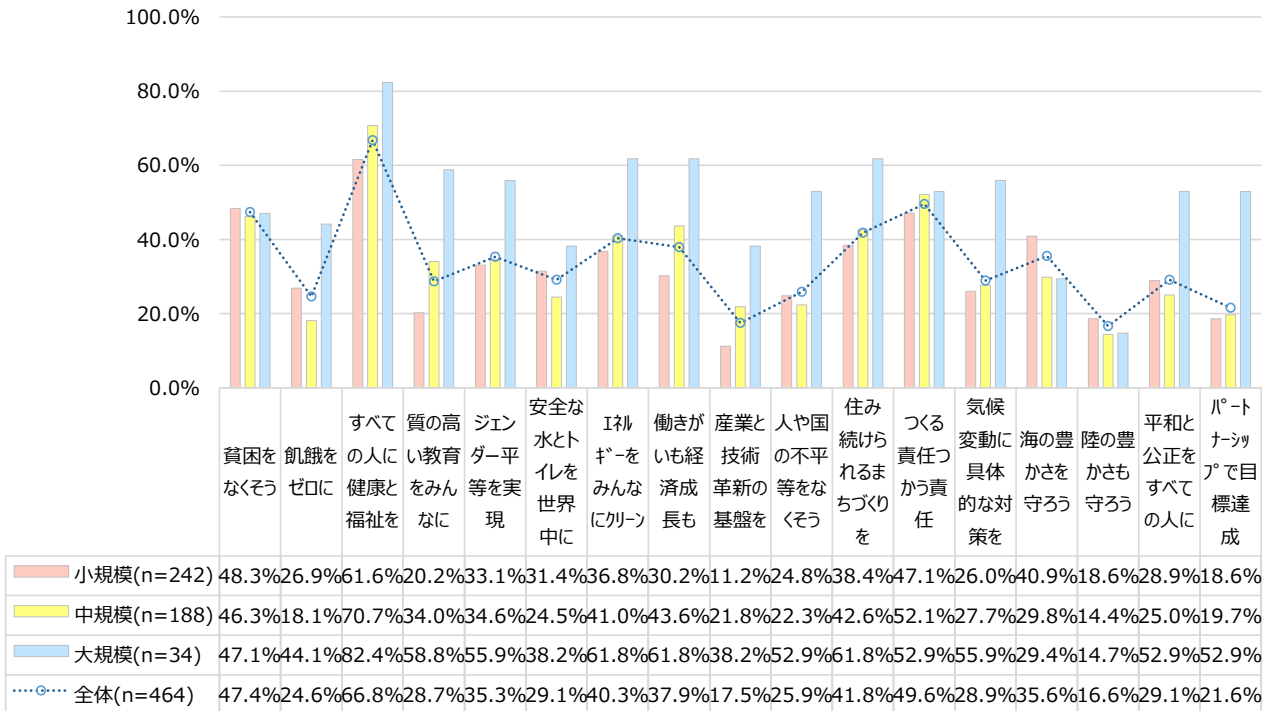
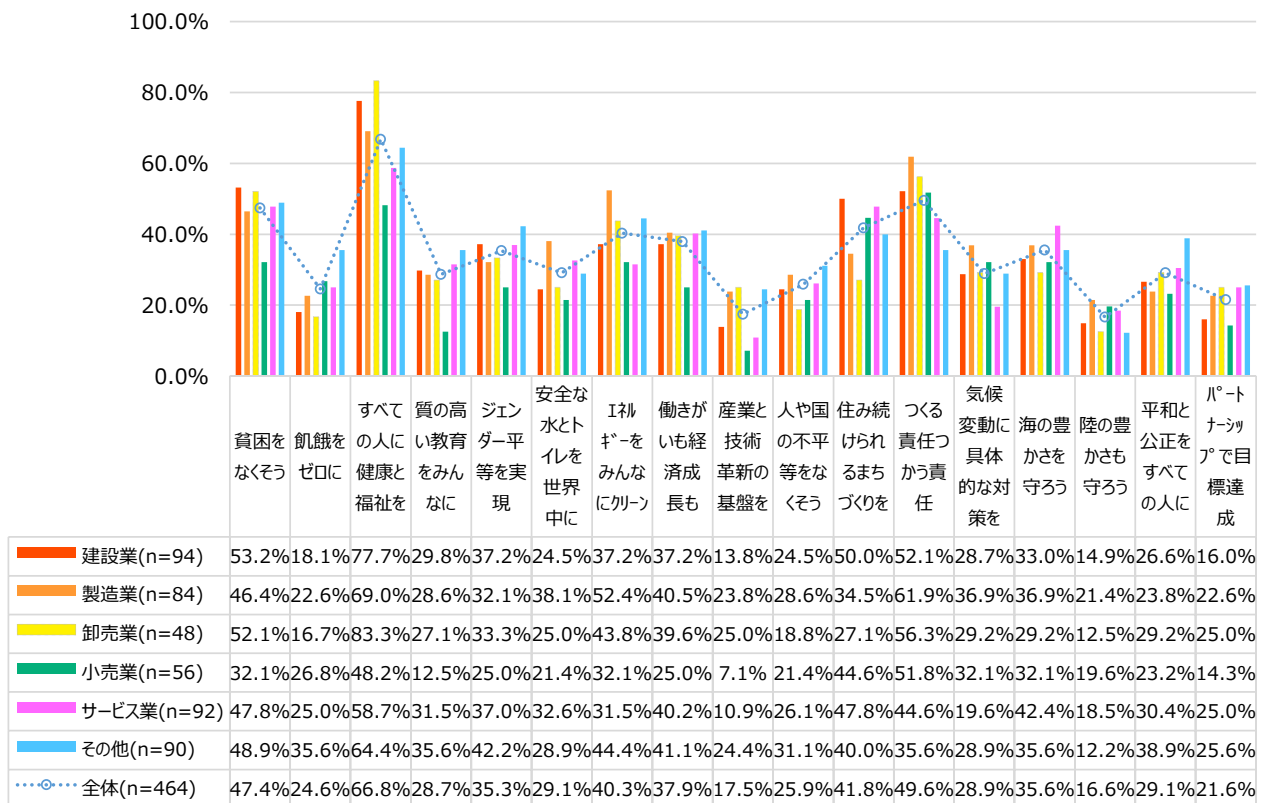


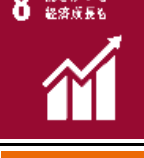
図 Ⅲ.2 (1) ③

業種別／回答率



Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

2. (2) 具体的な取り組み事例（予定含む）

ゴール	SDGsの具体的な取り組み事例（予定含む）
 1 貧困をなくそう	ボランティア活動（貧困層地域へのボランティア）、 安定した賃金水準の確保（物価水準に即した賃金の見直し／従業員の給与を毎年アップ／正規・非正規雇用の賃金格差や処遇解消）
 2 飢餓をゼロに	フードロスの削減（事前予約による仕入れ、デジタルを活用した仕入数量の管理）／ フードロス削減教育の一環としてフードバンク活動への参加／災害時の備蓄品（水、食料等）確保／災害時の缶詰パンの製造
 3 すべての人に健康と福祉を	健康経営への取り組み（年1回健康診断等を実施／時間外休日労働時間の削除／ 年次有給休暇の取得促進／ペットボトルキャップを回収し世界のこどもにワクチンを 日本委員会（JCV）へ寄付／健康経営優良法人の取得）
 4 質の高い教育をみんなに	中学校、高等学校のトライやるウィークやインターシップの受け入れ／経済的事情のある 家庭の子供たちに無料で学習支援サポートの提供／質の高い教育を企業と学生の 協働イベントを実施
 5 ジェンダー平等を 実現しよう	女性の活躍促進（女性管理職の積極的登用／キャリアアップ制度の構築）、 子育て支援（子育て優先のシフト整備／男女ともに育休の取得／女性の産前・産 後休業の取得）
 6 安全な水とトイレ を世界中に	節水活動の実施／廃水の適正処理／機械等の冷却水の二次的利用（防火用水 等）／節水型トイレへの交換／環境管理委員会の設置し具体的な目標を設定／エ コアクション21の認証取得
 7 エネルギーをみんなに そしてクリーンに	省エネ機器（エアコン、ボイラー等）の導入／照明のLED化／ハイブリッド車の導入 ／太陽光発電の設置／蓄電池の利用／LNG（液化天然ガス）を使用
 8 働きがいも 経済成長も	従業員のスキルアップ支援（資格取得、教育訓練等）／福利厚生の充実／定年 退職後の再雇用／障害者雇用の推進／ユースエール認定取得
 9 産業と技術革新の 基盤をつくろう	地元企業との連携／DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進／デジタルツール を用いた製造プロセスの改善
 10 人や国の不平等 をなくそう	ひとり親世帯、障害者や外国人など格差のない雇用条件／外国人労働者を積極的 に採用／外国人労働者に対し日本人労働者と対等の労働条件の設定／社外相談 窓口、内部研修制度を設けコンプライアンス遵守

Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

2. (2) 具体的な取り組み事例

ゴール	SDGsの具体的な取り組み事例（予定含む）
11 住み続けられるまちづくりを 	姫路市まちなか100mクリーンアクション、ひめじ街路樹アダプト制度へ参加／事業継続力強化計画の策定／地域の清掃活動を実施／地域と連携しイベントの開催／地域コミュニティや消防団への積極的な参加推奨
12 つくる責任つかう責任 	食品廃棄物をゼロ／廃材の再資源化／環境に配慮した資材を使用／食品の食べ残しをリサイクルし肥料として再利用／HACCP及びISO認証取得
13 気候変動に具体的な対策を 	カーボンオフセットの推進／エコカーの導入／容器包装等の省資源化によるCo2排出量削減／環境目標の設定
14 海の豊かさを守ろう 	有害物質を出さない機材の使用（製版、インク等）／プラスチックスプーンから木製スプーンへ切り替え／MSC認証の魚を使用／マイボトル利用の推進
15 陸の豊かさも守ろう 	有機農産物の利用／無肥料、無農薬の実証栽培を実施／リサイクル紙の使用／ペーパーレス化の推進／敷地内の緑化推進
16 平和と公正をすべての人に 	コンプライアンス体制の構築／ハラスメントに対する相談窓口の設置／コンプライアンス遵守、ハラスメント防止に関する社内研修等の実施／プライバシーマークの取得
17 パートナリプで目標を達成しよう 	関係企業とのパートナーシップ提携／姫路市主催のイベントに連携／ステークホルダーとのWin-Winの関係を構築

Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

3.SDGsに取り組もうと思ったきっかけ（複数回答）

事業活動としてSDGsに取り組もうと思ったきっかけについては、「経営戦略の一つとして取り組むため」（60.8%）の割合が最も高い。

規模別では、大規模（79.4%、20.6%）は「経営戦略の一つとして取り組むため」「社外からの要請（親会社や取引先から求められた等）」ともに、他規模よりも割合が高い。

業種別では、卸売業（75.0%）、建設業（67.0%）が「経営戦略の一つとして取り組むため」の割合が高く、小売業（19.6%）、製造業（17.9%）では「社外からの要請（親会社や取引先から求められた等）」の割合が他業種より高い。

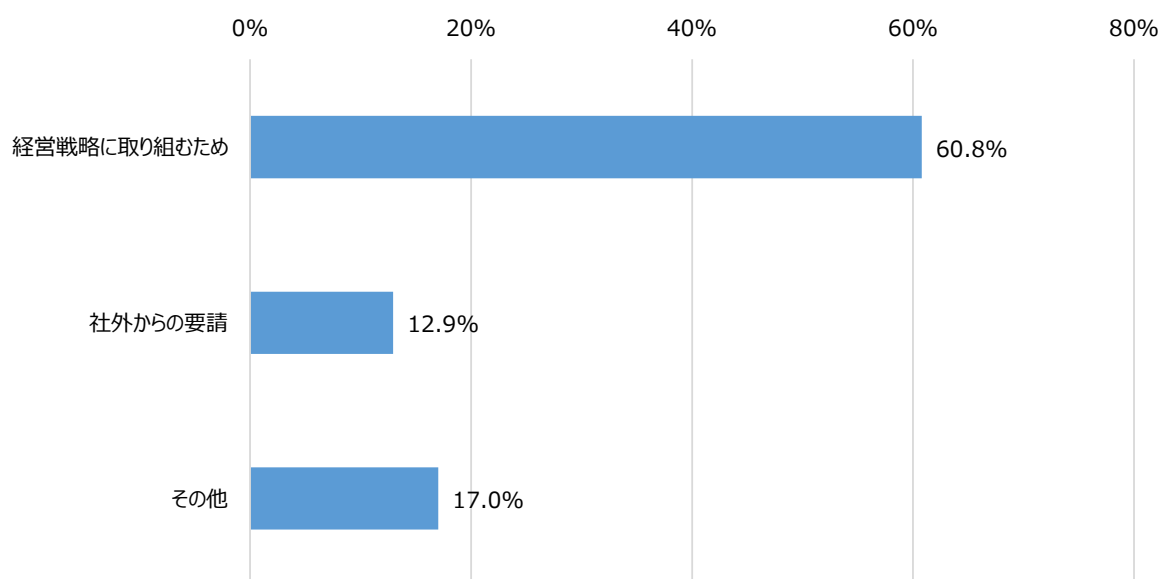
表 Ⅲ.3 SDGsに取り組もうと思ったきっかけ

(n=464)

SDGsに取り組もうと思ったきっかけ	件数	回答率
経営戦略の一つとして取り組むため	282	60.8%
社外からの要請があったため（親会社や取引先から求められた等）	60	12.9%
その他	79	17.0%

図 Ⅲ.3 (1)

SDGsに取り組もうと思ったきっかけ



規模別・業種別

図 Ⅲ.3 (2)

規模別／回答率

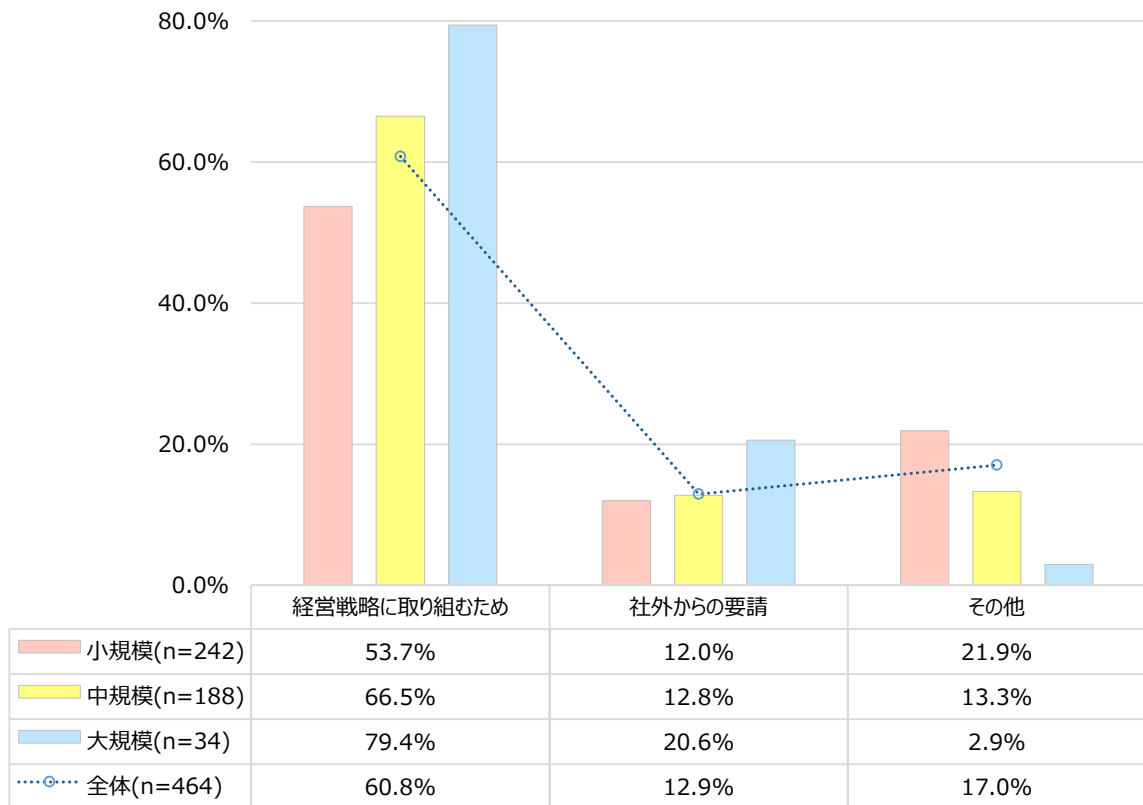
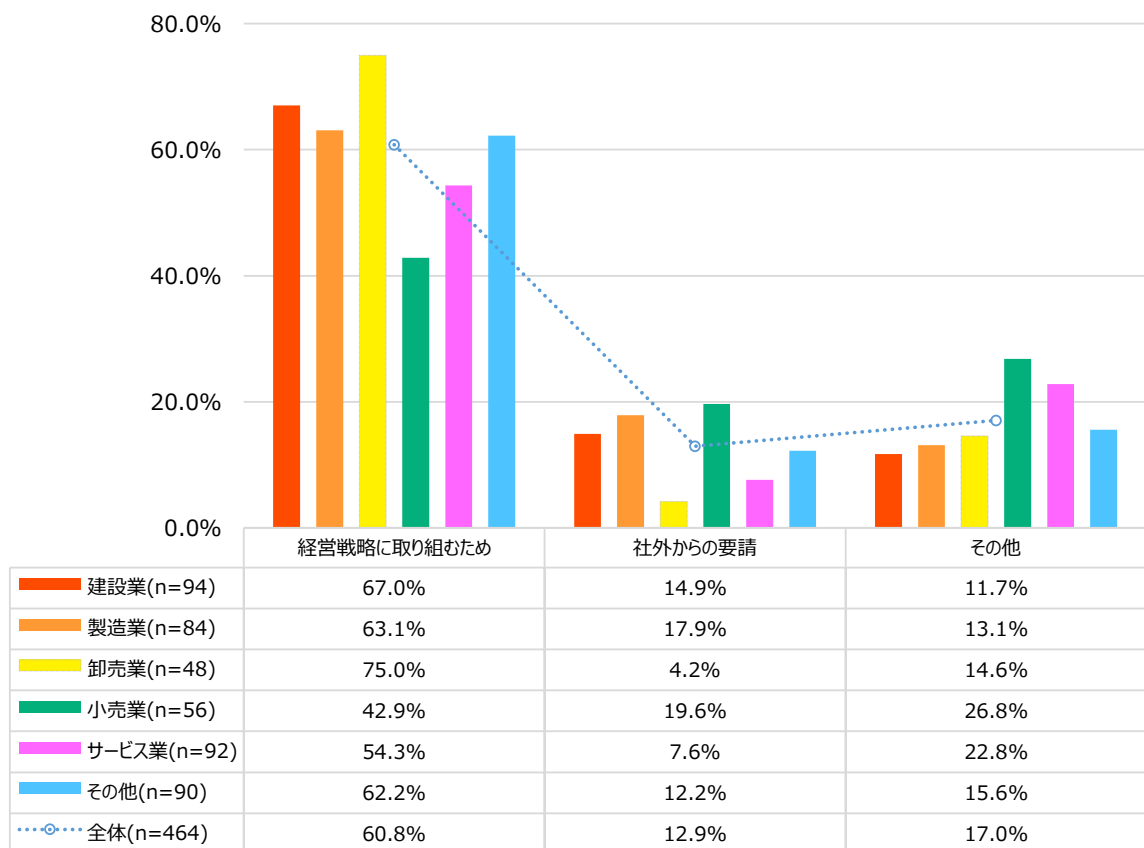


図 Ⅲ.3 (3)

業種別／回答率



Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

4.SDGsに取り組むにあたって期待される効果（複数回答）

事業活動としてSDGsに取り組むにあたって期待される効果については、「従業員の意識改革・モチベーション向上」（49.1%）の割合が最も高く、「ブランドイメージの強化」（36.9%）、「人材採用活動への好影響」（27.2%）、「地域活性化への取り組み強化」（27.2%）と続いている。

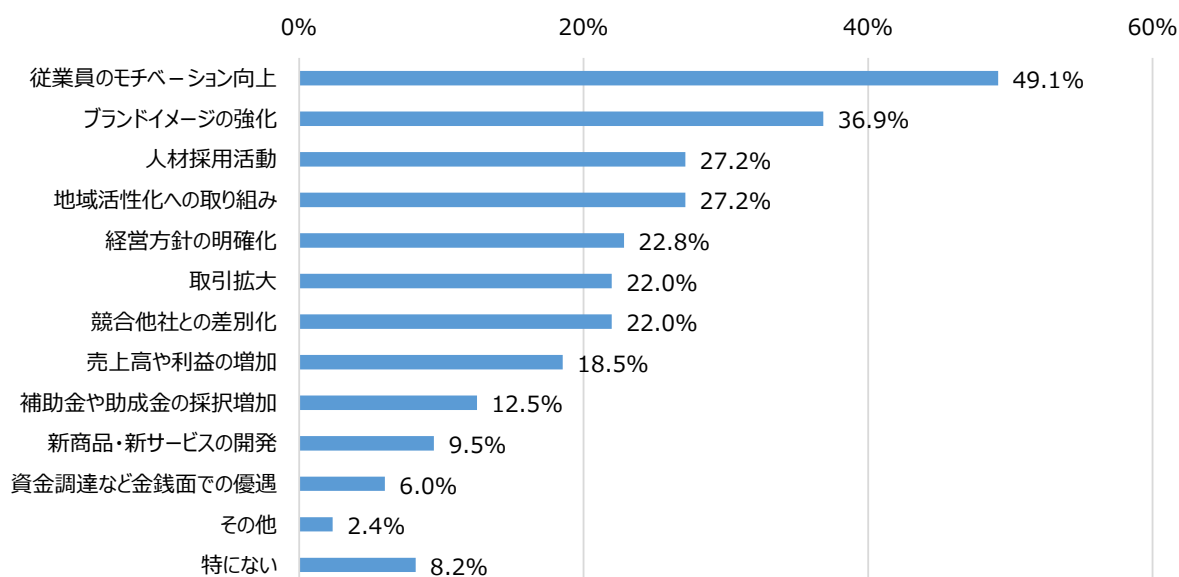
規模別では、回答率上位3項目（「従業員の意識改革・モチベーション向上」、「ブランドイメージの強化」、「人材採用活動への好影響」）は、規模が大きくなるにつれて回答率が高い。

業種別では、卸売業（60.4%）は「従業員の意識改革・モチベーション向上」、製造業（50.0%）は「ブランドイメージの強化」、建設業（37.2%）は「人材採用活動への好影響」、小売業（39.3%）は「地域活性化への取り組み強化」の割合が高い。業種によって期待する効果が異なることが想定される。

表 Ⅲ.4 SDGsに取り組むにあたって期待される効果 (n=464)

SDGsに取り組むにあたって期待される効果	件数	回答率
従業員の意識改革・モチベーション向上	228	49.1%
ブランドイメージの強化	171	36.9%
人材採用活動への好影響	126	27.2%
地域活性化への取り組み強化	126	27.2%
経営方針の明確化	106	22.8%
取引の拡大（新規開拓含む）	102	22.0%
競合他社との差別化	102	22.0%
売上高や利益の増加	86	18.5%
補助金や助成金の採択増加、表彰等のノミネートが増加	58	12.5%
新商品・新サービスの開発	44	9.5%
資金調達など金銭面での優遇	28	6.0%
その他	11	2.4%
特になし	38	8.2%

図 Ⅲ.4 (1) SDGsに取り組むにあたって期待される効果



規模別・業種別

図 Ⅲ.4 (2)

規模別／回答率

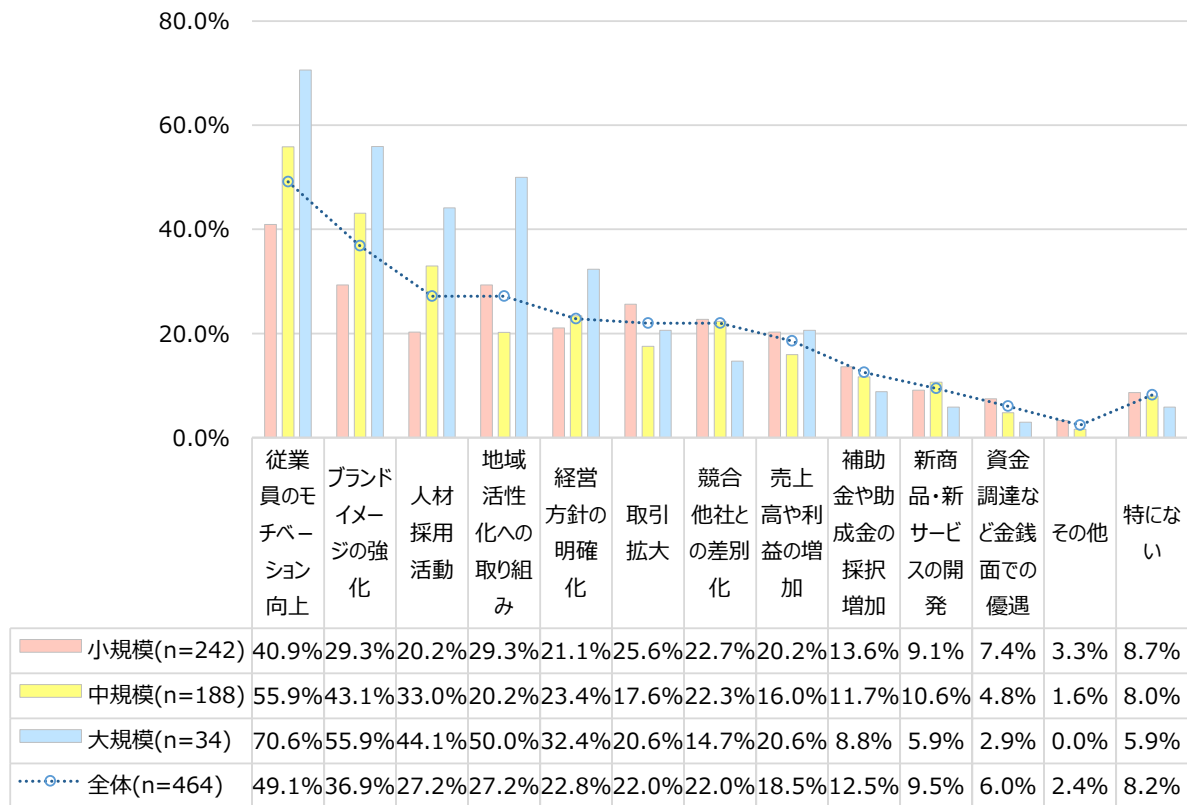
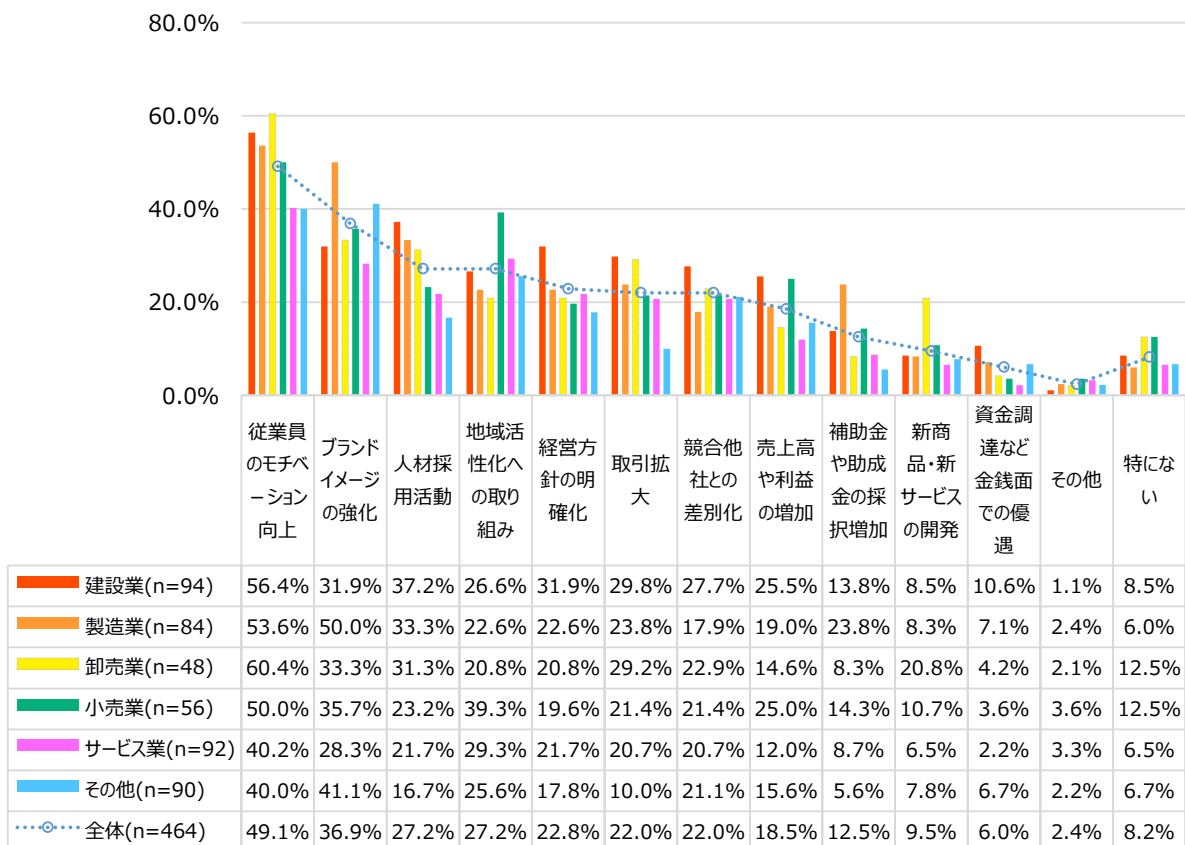


図 Ⅲ.4 (3)

業種別／回答率



Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

5.SDGsに取り組んでいない理由や課題（複数回答）

（問1で「3.SDGsの内容は知っているが、特に対応する予定はない」と回答）

事業活動としてSDGsに取り組んでいない理由や課題については、「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」（40.9％）の割合が最も高く、「何から取り組んでいいかわからない」（40.3％）、「人手の不足」（31.7％）と続いている。

規模別では、大規模（64.3％）は「社内での理解度が十分でない」、中規模（36.0％）は「何から取り組んでいいかわからない」、小規模（45.8％）は「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」の割合が高い。小規模・中規模の方が、大規模に比べて、「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」「何から取り組んでいいかわからない」とする理由や課題の回答が多い。

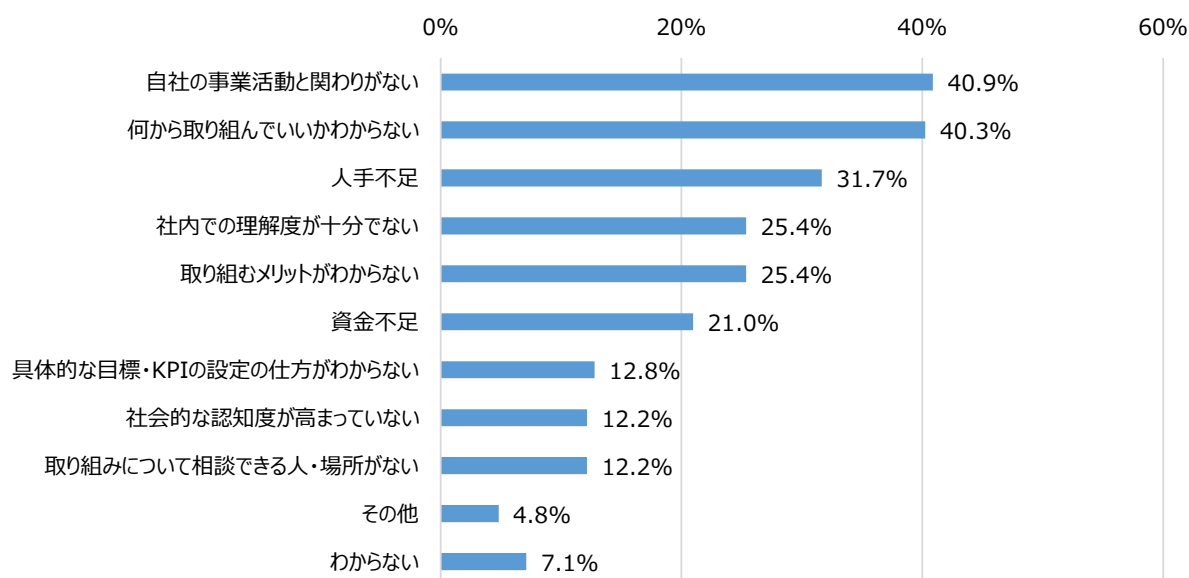
業種別では、サービス業（49.5％）・小売業（44.6％）は「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」、建設業（48.6％）・製造業（42.1％）は「何から取り組んでいいかわからない」、卸売業（35.2％）は「人手の不足」の割合が高い。

表 Ⅲ.5 SDGsへ取り組んでいない理由や課題 (n=477)

SDGsへ取り組んでいない理由や課題	件数	回答率
自社の事業活動とは関わりがない又は薄い	195	40.9%
何から取り組んでいいかわからない	192	40.3%
人手の不足	151	31.7%
社内での理解度が十分でない	121	25.4%
取り組むメリットがわからない	121	25.4%
資金の不足	100	21.0%
具体的な目標・KPIの設定の仕方がわからない	61	12.8%
社会的な認知度が高まっていない	58	12.2%
取り組みについて相談できる人・場所がない	58	12.2%
その他	23	4.8%
わからない	34	7.1%

図 Ⅲ.5 (1)

SDGsに取り組んでいない理由や課題



規模別・業種別

図 Ⅲ.5 (2)

規模別／回答率

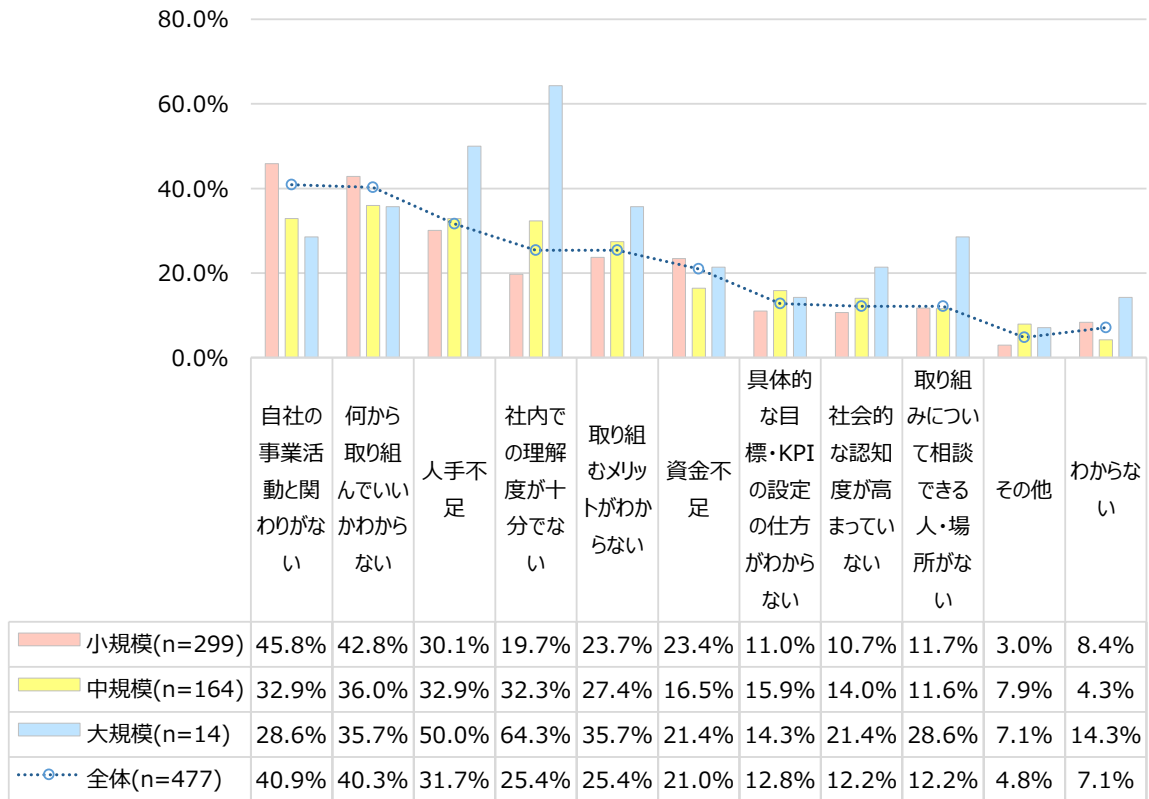
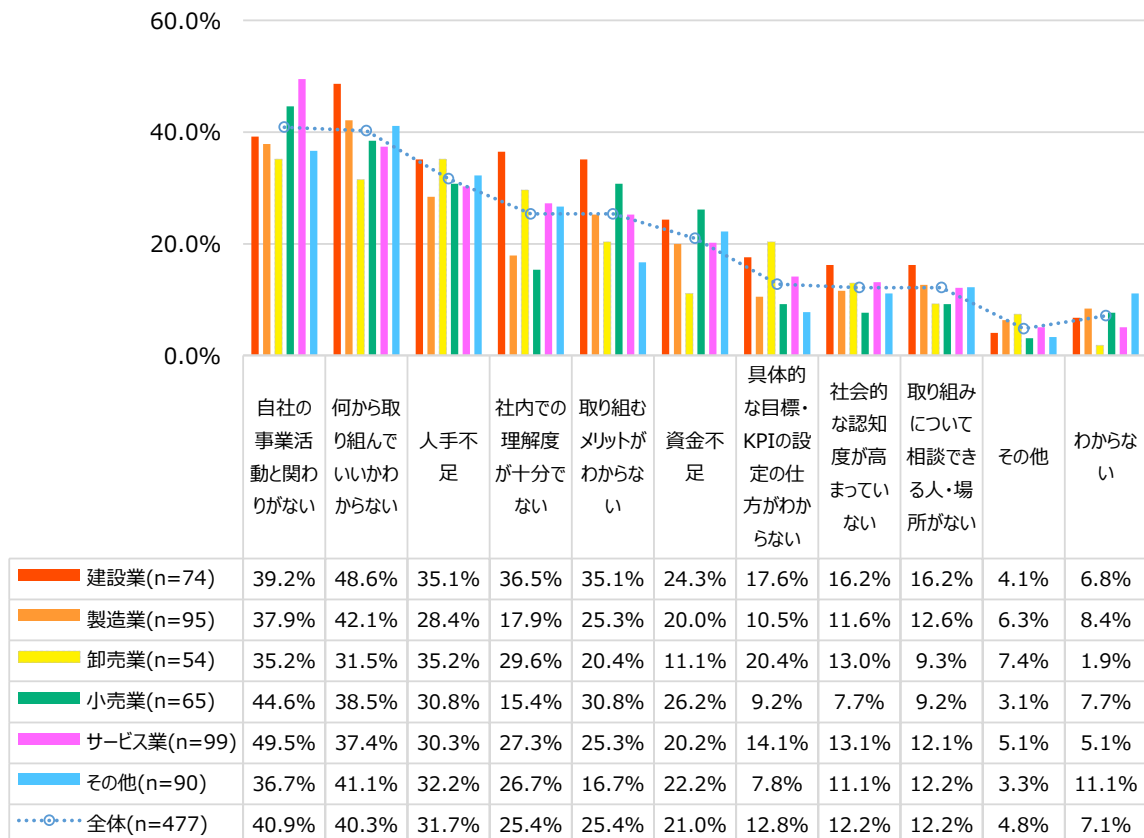


図 Ⅲ.5 (3)

業種別／回答率



Ⅲ.SDGsへの取り組みについて

6.SDGsに取り組むための有効な支援（複数回答）

SDGsに取り組むための有効な支援については、「SDGsに取り組む際に受けられる補助金、投融資制度」（34.3%）の割合が最も高く、「SDGs自体の社会認知度向上」（20.6%）、「SDGsに取り組む企業に対する情報発信（PR等広報支援など）」（17.5%）と続いている。一方で、「わからない」の割合は20.3%。

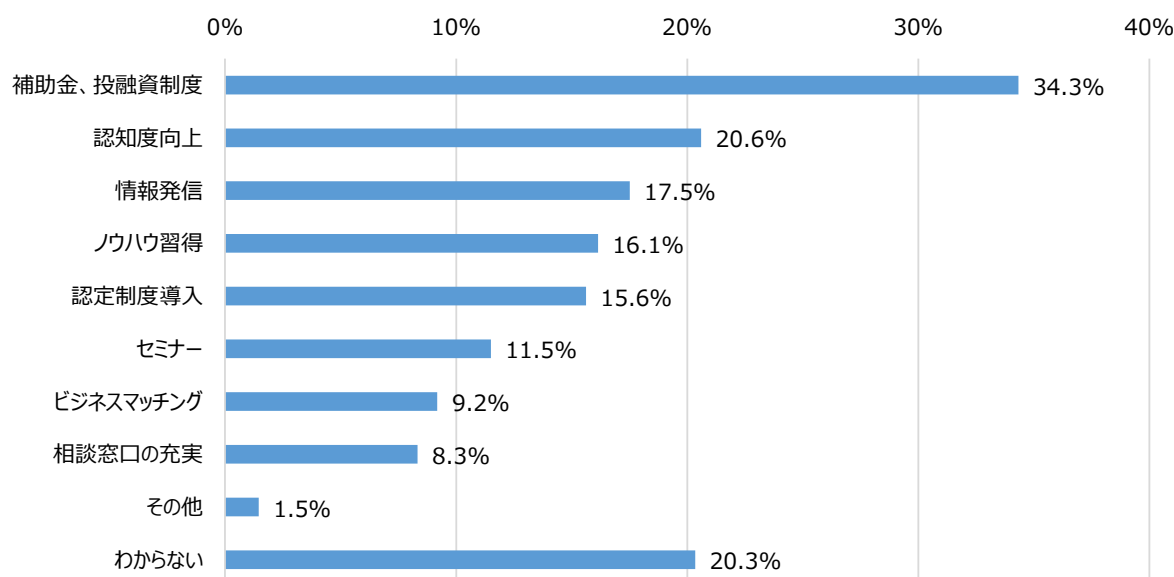
規模別では、規模に関わらず、「SDGsに取り組む際に受けられる補助金、投融資制度」の回答率がトップとなった。次いで、大規模（35.4%）は「SDGsに取り組む企業に対する認定制度導入」、中規模（22.6%）・小規模（19.5%）は「SDGs自体の社会認知度向上」の割合が高い。

業種別では、全ての業種において、「SDGsに取り組む際に受けられる補助金、投融資制度」の割合が高い。なお、建設業（27.0%）・製造業（21.1%）は「SDGs自体の社会認知度向上」、卸売業（22.2%）・小売業（18.4%）は「SDGsに取り組む企業に対する情報発信（PR等広報支援など）」、サービス業（17.2%）は「SDGsを活用したビジネスのノウハウなどの習得」の割合が高い。

表 Ⅲ.6 SDGsに取り組むための有効な支援 (n=1,165)

SDGsに取り組むための有効な支援	件数	回答率
SDGsに取り組む際に受けられる補助金、投融資制度	400	34.3%
SDGs自体の社会認知度向上	240	20.6%
SDGsに取り組む企業に対する情報発信（PR等広報支援など）	204	17.5%
SDGsを活用したビジネスのノウハウなどの習得	188	16.1%
SDGsに取り組む企業に対する認定制度導入	182	15.6%
SDGs関連セミナーの実施（啓発、情報提供など）	134	11.5%
SDGsをテーマにしたビジネスマッチング	107	9.2%
相談窓口の充実	97	8.3%
その他	17	1.5%
わからない	237	20.3%

図 Ⅲ.6 (1) SDGsに取り組むための有効な支援



規模別・業種別

図 Ⅲ.6 (2)

規模別／回答率

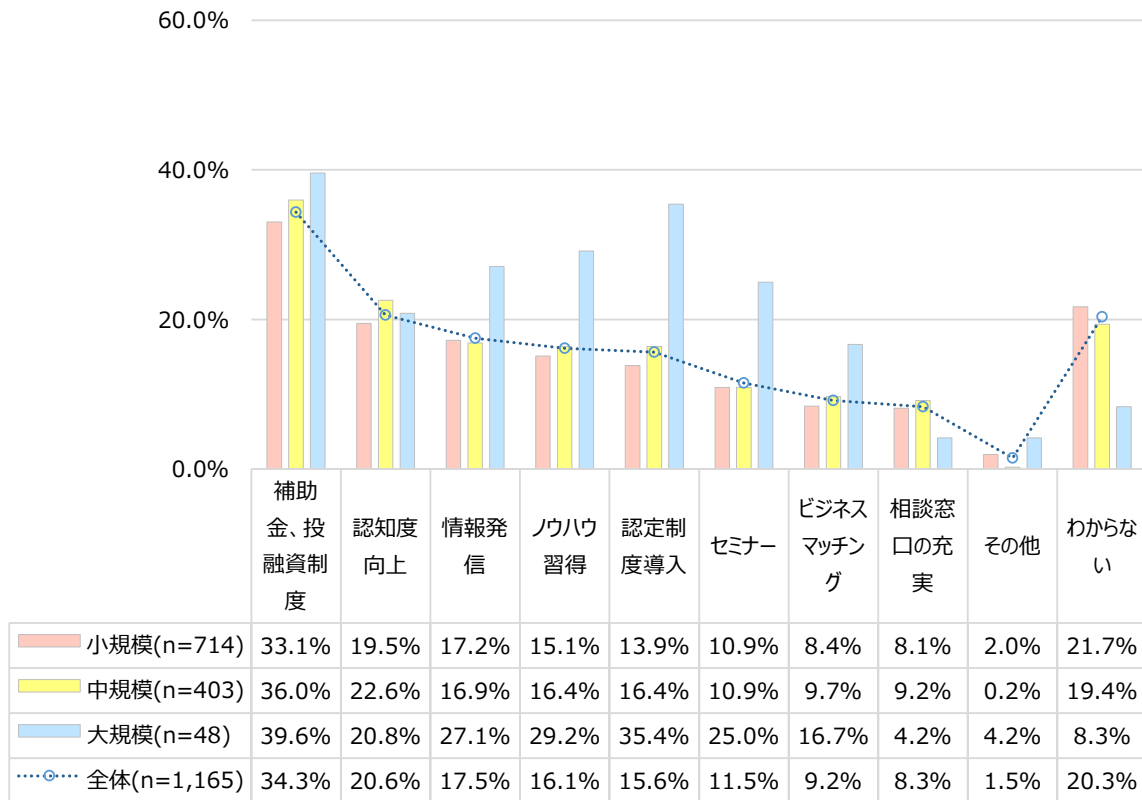
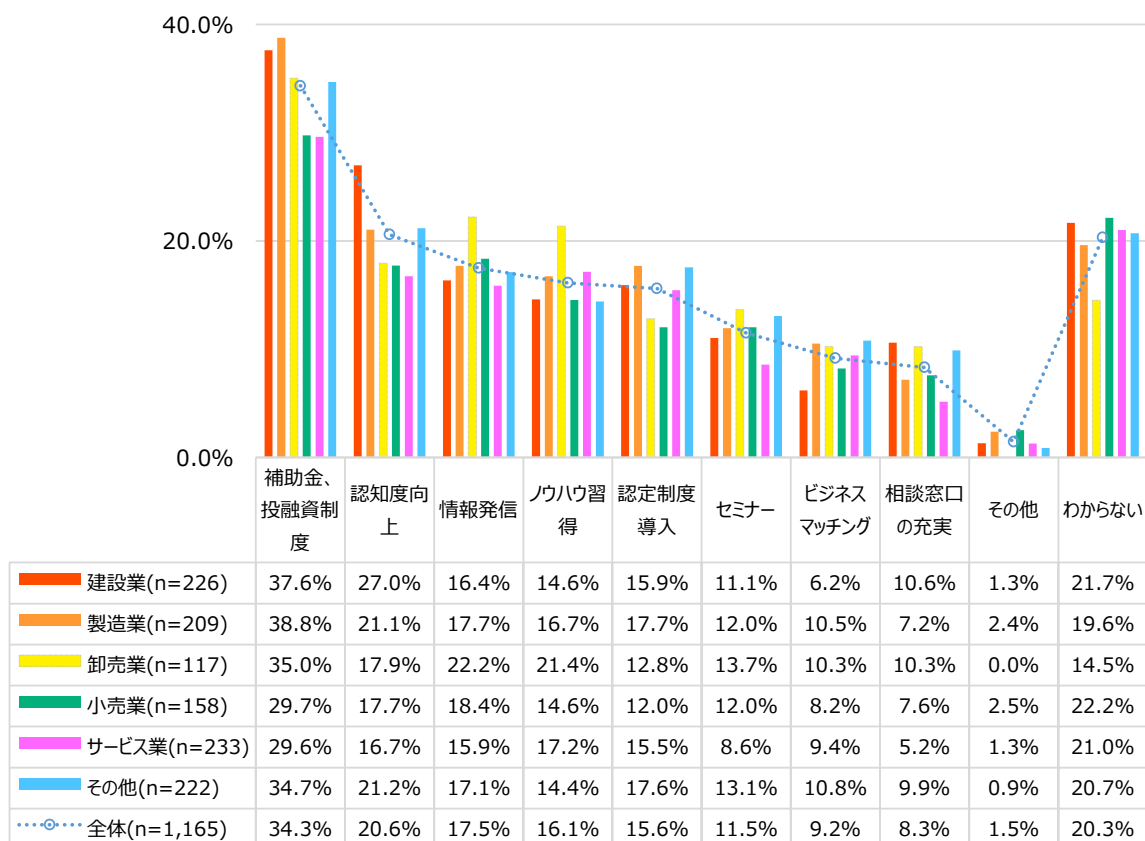


図 Ⅲ.6 (3)

業種別／回答率



IV.相談先（支援先）について

1.コロナ・原材料高等（複数回答）

コロナ・原材料高等における相談先（支援先）については、「診断士・税理士・社労士等」（32.2%）の割合が最も高く、「取引先・親会社」（23.1%）、「同業者」（20.9%）と続いている。

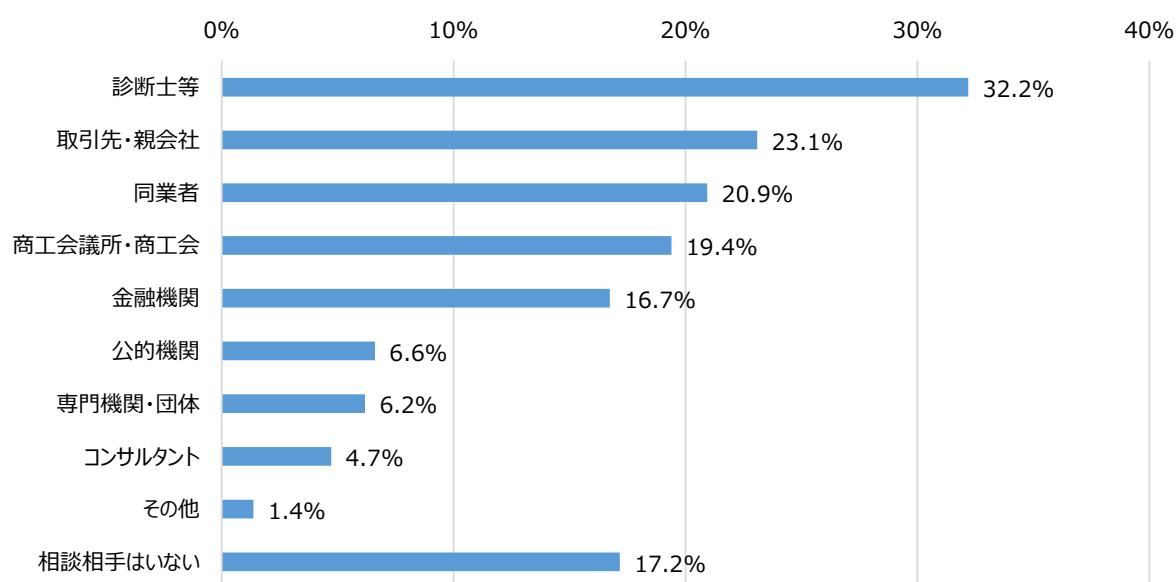
規模別では、大規模（35.4%）は「取引先・親会社」、中規模（36.7%）・小規模（30.0%）は「診断士・税理士・社労士等」の割合が高い。また、小規模（22.7%）は「商工会議所・商工会」の割合が高い。一方、規模に関わらず、「相談相手はいない」と回答している割合も高い。

業種別では、全ての業種において、「診断士・税理士・社労士等」が主な相談先（支援先）となっている。一方で、業種に関わらず、「相談相手はいない」と回答している割合も高い。

表 IV.1 コロナ・原材料高等の相談先（支援先） (n=1,165)

相談先（支援先）	件数	回答率
診断士・税理士・社労士等	375	32.2%
取引先・親会社	269	23.1%
同業者	244	20.9%
商工会議所・商工会	226	19.4%
金融機関	195	16.7%
公的機関	77	6.6%
専門機関・団体	72	6.2%
コンサルタント	55	4.7%
その他	16	1.4%
相談相手はいない	200	17.2%

図 IV.1 (1) コロナ・原材料高等の相談先（支援先）



規模別・業種別

図 IV.1 (2)

規模別／回答率

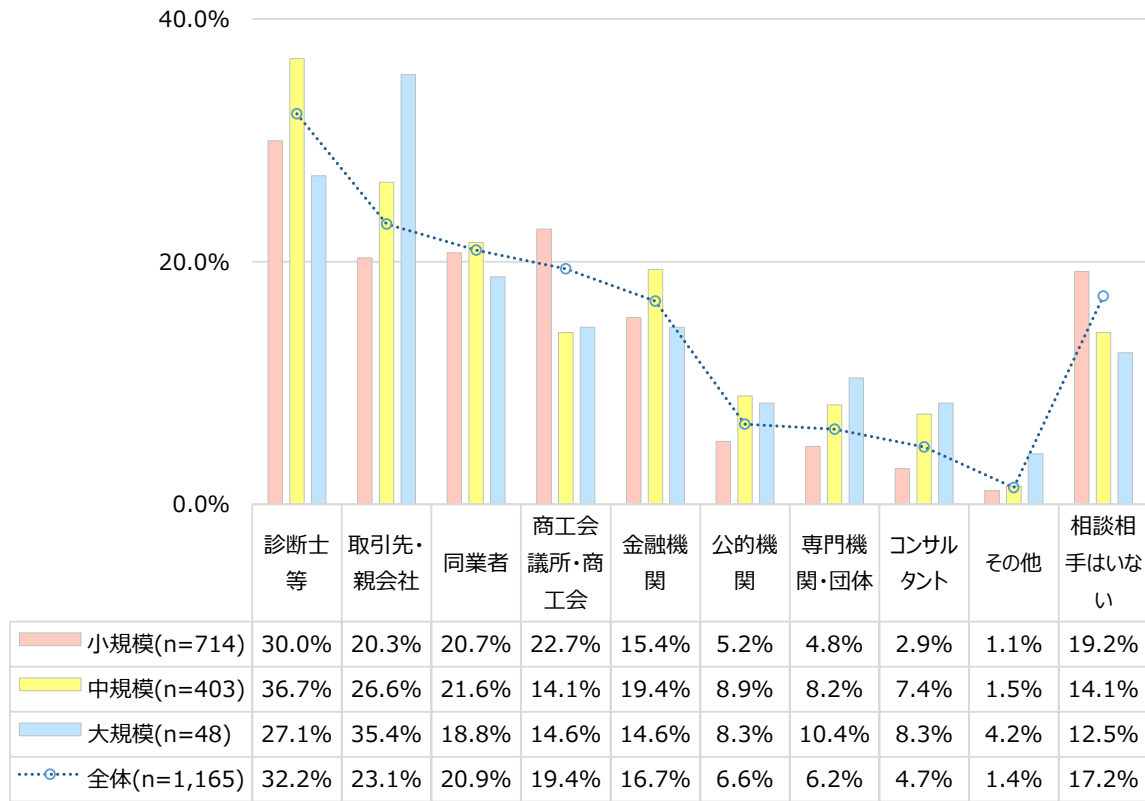
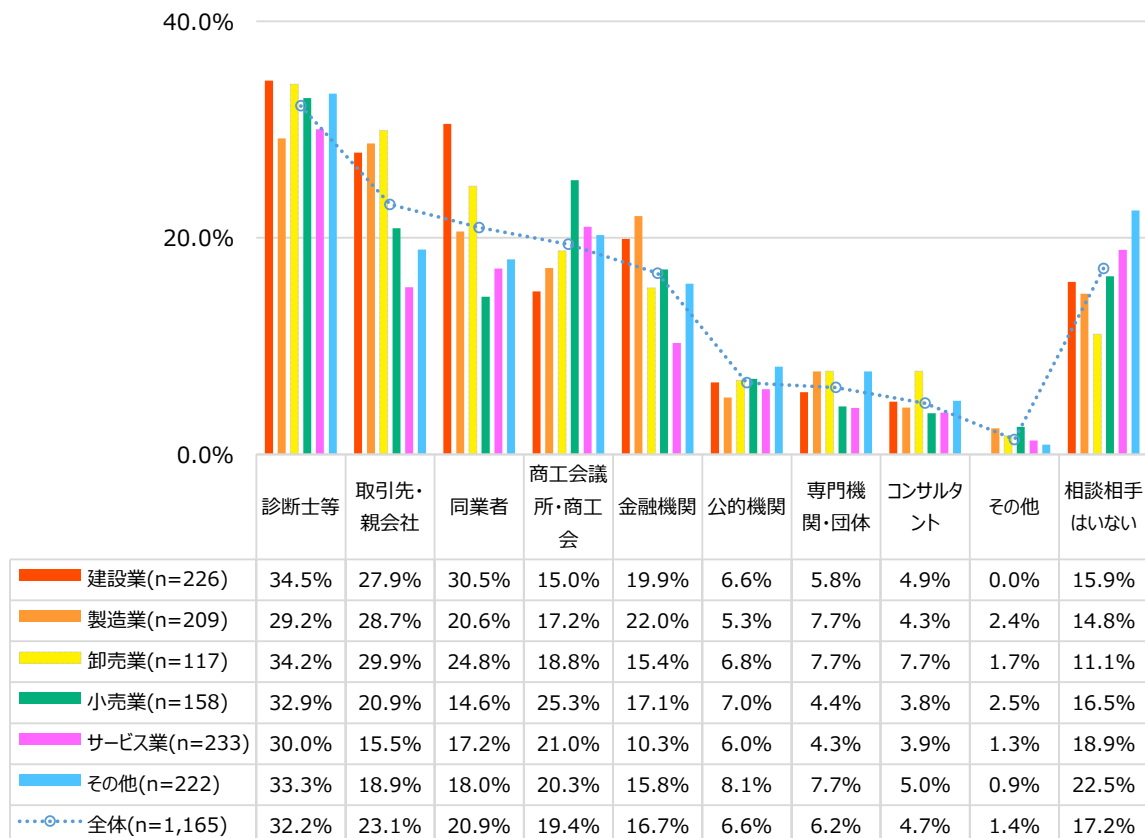


図 IV.1 (3)

業種別／回答率



IV.相談先（支援先）について

2.環境・脱炭素（複数回答）

相談先（支援先）【環境・脱炭素】については、「取引先・親会社」（17.9%）の割合が最も高く、「診断士・税理士・社労士等」（17.8%）、「商工会議所・商工会」（17.4%）と続いている。

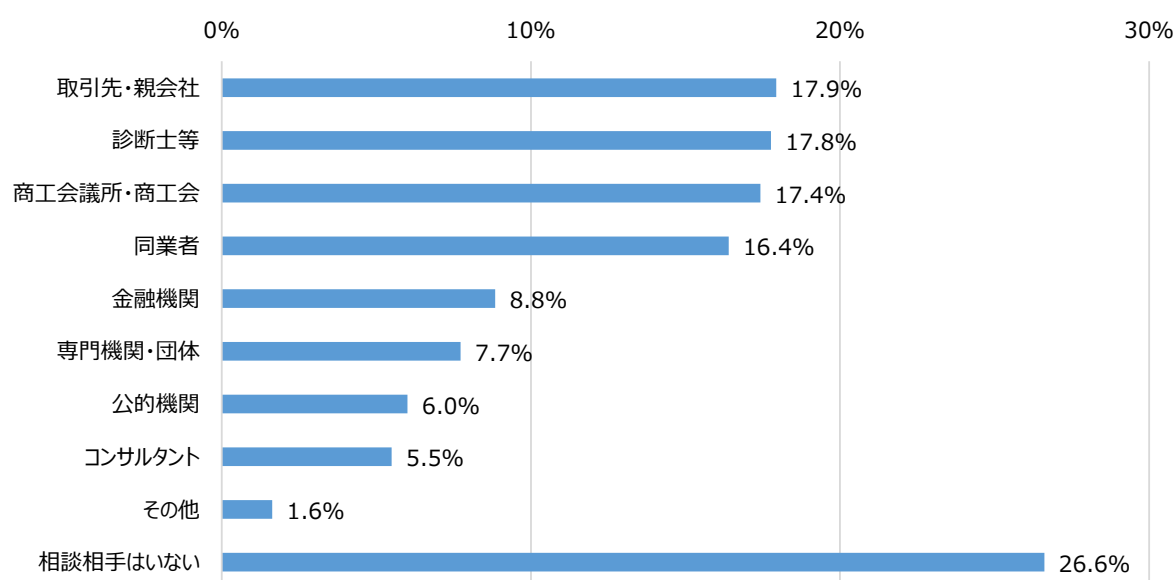
規模別では、大規模（27.1%）・中規模（22.8%）は「取引先・親会社」、小規模（18.9%）は「商工会議所・商工会」の割合が高い。一方、規模に関わらず、「相談相手はいない」と回答している割合も高い。

業種別では、建設業（23.5%）は「同業者」、製造業（20.6%）は「取引先・親会社」、卸売業（23.1%）・小売業（21.5%）は「商工会議所・商工会」、サービス業（18.0%）は「診断士・税理士・社労士等」の割合が高い。一方で、業種に関わらず、「相談相手はいない」と回答している割合も高い。

表 IV.2 環境・脱炭素の相談先（支援先） (n=1,165)

相談先（支援先）	件数	回答率
取引先・親会社	209	17.9%
診断士・税理士・社労士等	207	17.8%
商工会議所・商工会	203	17.4%
同業者	191	16.4%
金融機関	103	8.8%
専門機関・団体	90	7.7%
公的機関	70	6.0%
コンサルタント	64	5.5%
その他	19	1.6%
相談相手はいない	310	26.6%

図 IV.2 (1) 環境・脱炭素の相談先（支援先）



規模別・業種別

図 IV.2 (2)

規模別／回答率

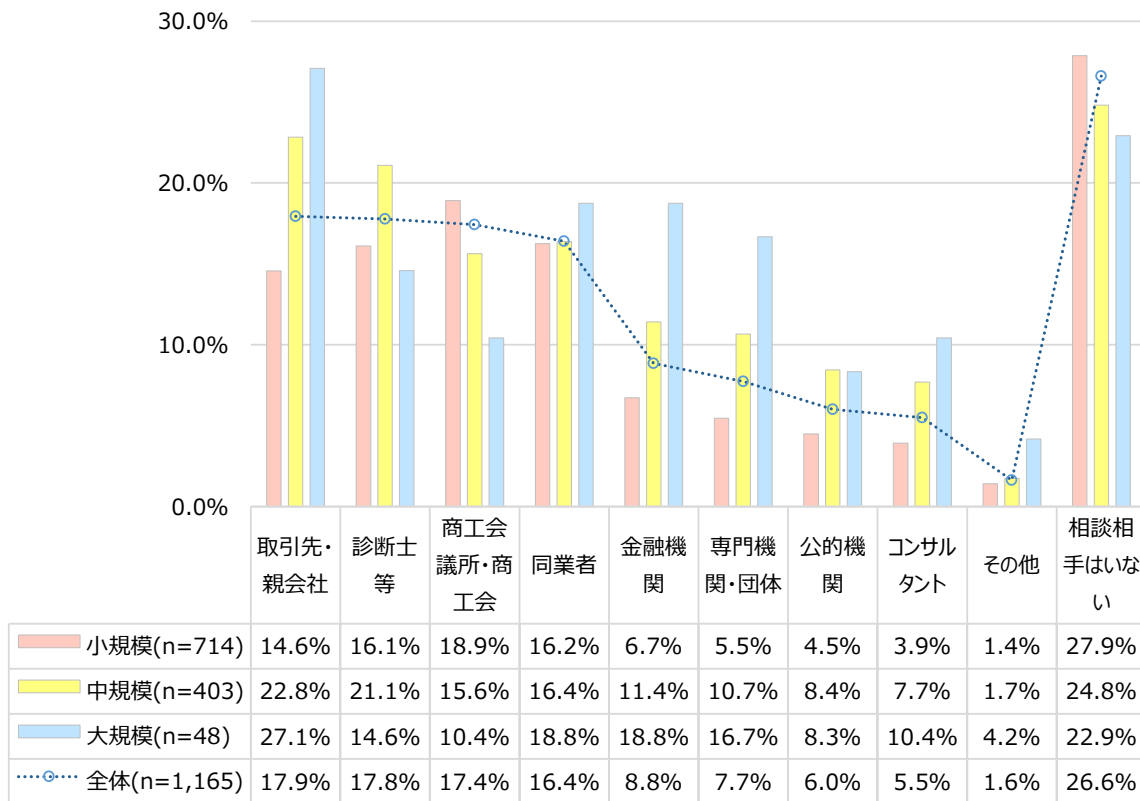
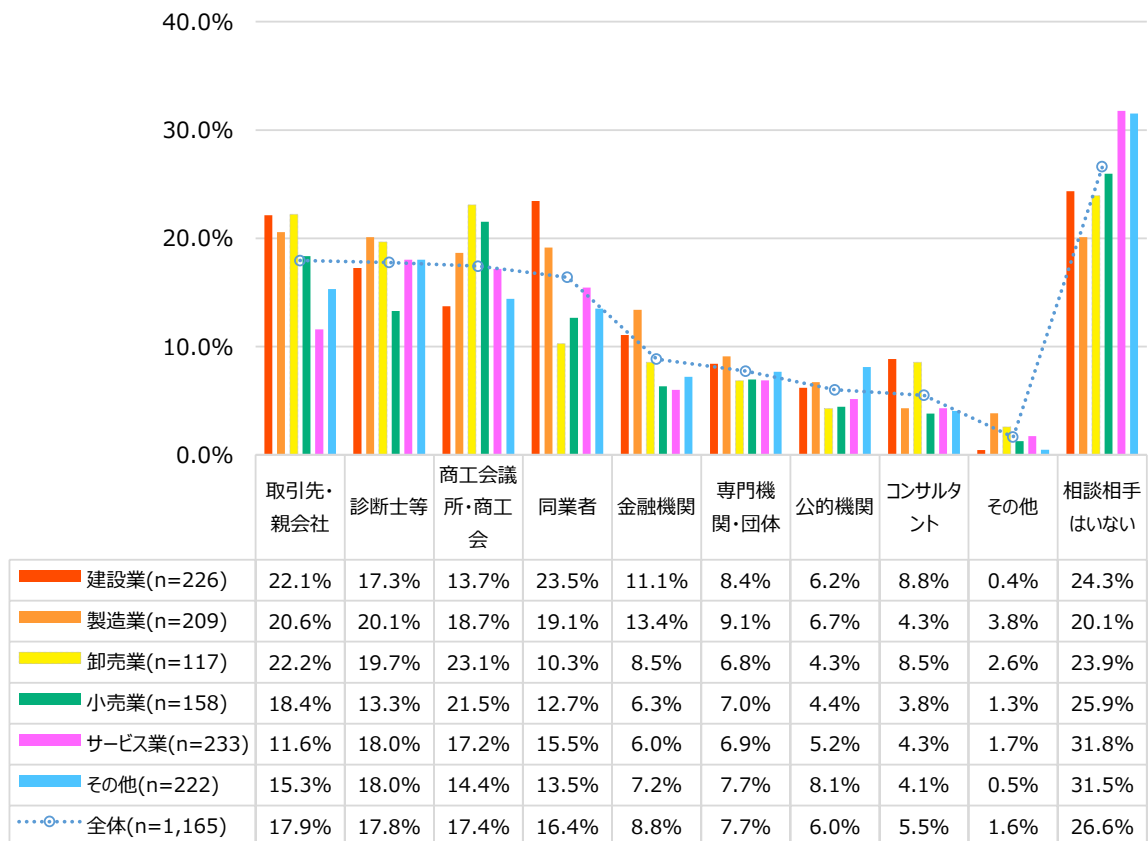


図 IV.2 (3)

業種別／回答率



IV.相談先（支援先）について

3.SDGs（複数回答）

SDGsにおける相談先（支援先）については、「商工会議所・商工会」（17.3%）の割合が最も高く、「診断士・税理士・社労士等」（16.1%）、「取引先・親会社」（14.2%）と続いている。

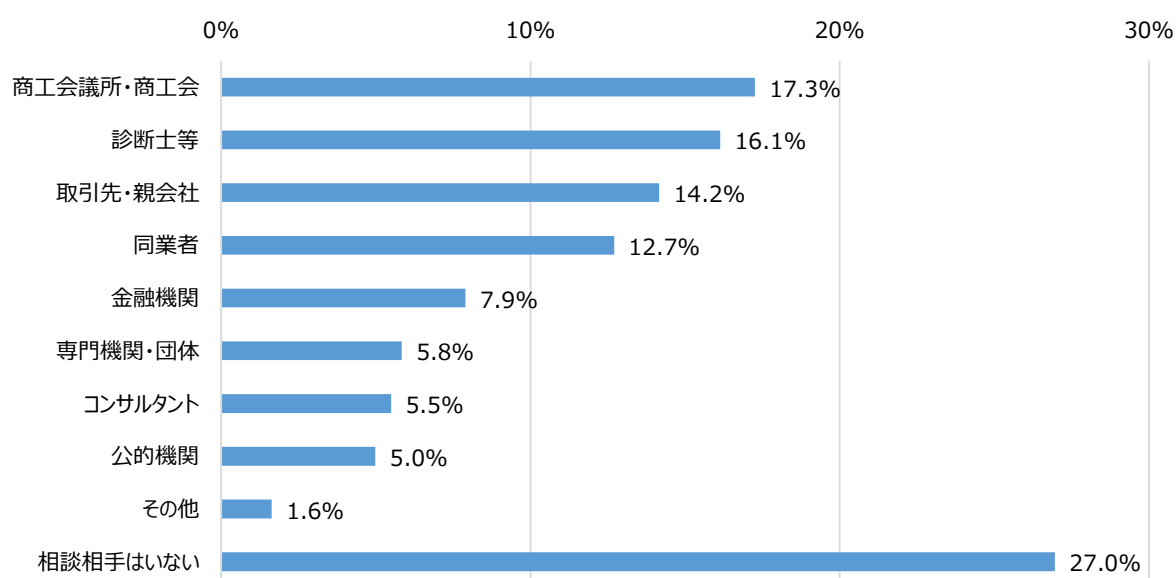
規模別では、大規模（27.1%）は「取引先・親会社」、中規模（18.9%）は「診断士・税理士・社労士等」、小規模（18.5%）は「商工会議所・商工会」の割合が高い。一方、規模に関わらず、「相談相手はいない」と回答している割合も高い。

業種別では、全ての業種において、「相談相手はいない」の回答率がトップとなった。小売業（20.9%）・製造業（20.6%）・サービス業（17.2%）は「商工会議所・商工会」、卸売業（20.5%）は「診断士・税理士・社労士等」、建設業（19.5%）は「同業者」を主な相談先（支援先）としている。

表 IV.3 SDGsの相談先（支援先） (n=1,165)

相談先（支援先）	件数	回答率
商工会議所・商工会	201	17.3%
診断士・税理士・社労士等	188	16.1%
取引先・親会社	165	14.2%
同業者	148	12.7%
金融機関	92	7.9%
専門機関・団体	68	5.8%
コンサルタント	64	5.5%
公的機関	58	5.0%
その他	19	1.6%
相談相手はいない	314	27.0%

図 IV.3（1） SDGsの相談（支援先）



規模別・業種別

図 IV.3 (2)

規模別／回答率

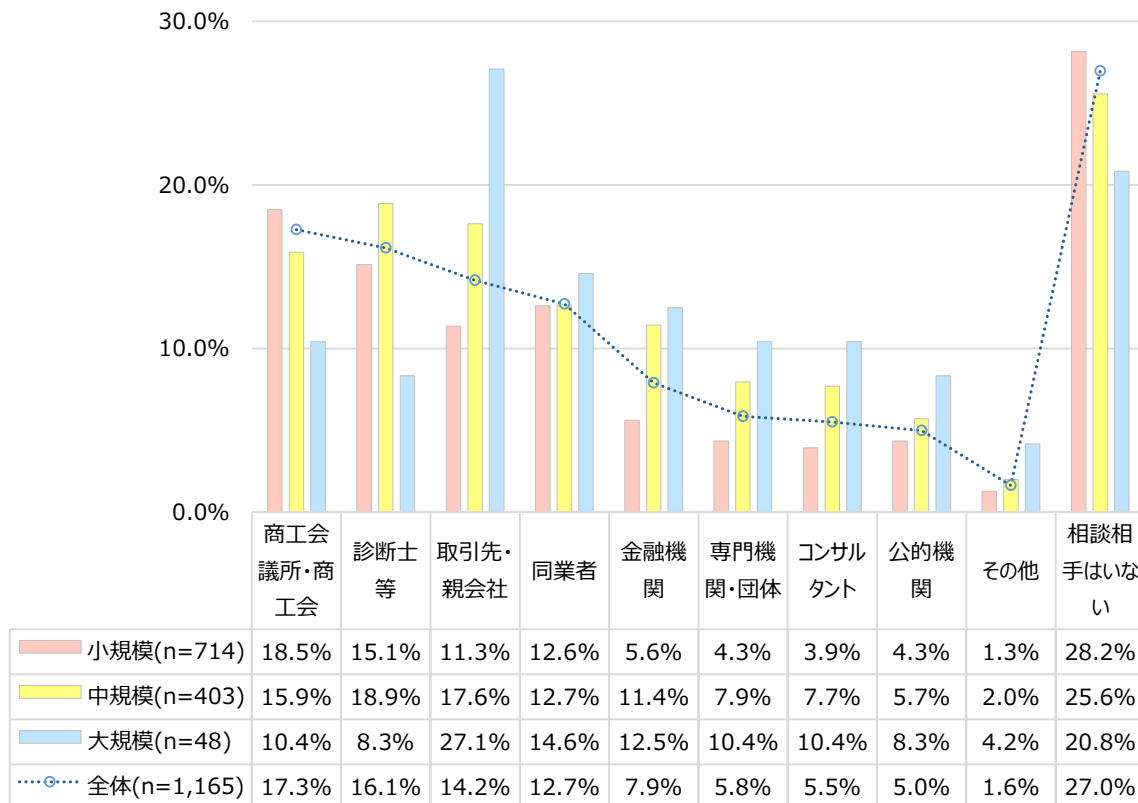
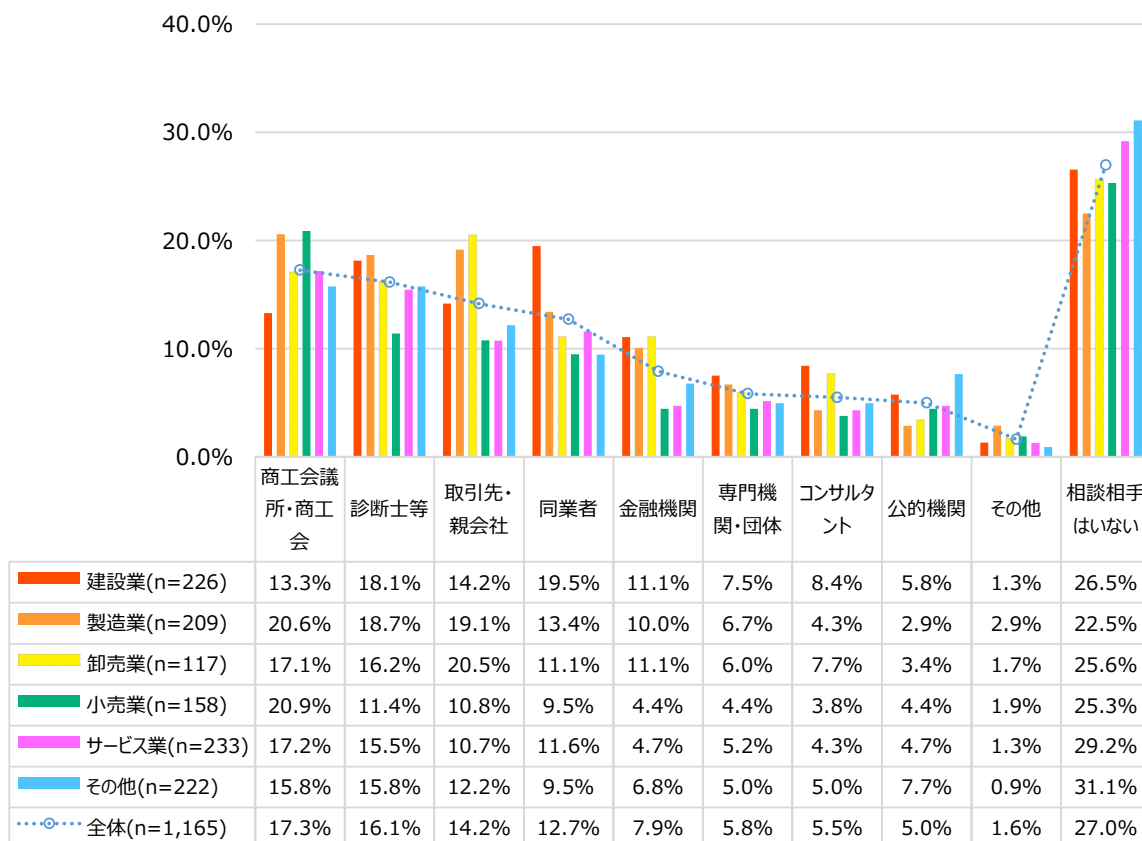


図 IV.3 (3)

業種別／回答率



1. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

- ▶ 企業活動におけるコロナ感染症の影響については、84.9%が影響を受け、その内、19.1%は「影響を受けたが解消した」と回答。コロナ禍前の売上水準回復時期は、約4割が「わからない」と回答しており、先行き不透明な状況にある先が多い。
- ▶ 労働・就業環境面の変化では、働き方改革関連法やコロナ感染症拡大防止の対応として「長時間労働の是正（残業制限、有給取得推進等）」（38.5%）、「柔軟な就労環境整備（在宅勤務、テレワーク等）」（29.7%）に取り組んでいる。
- ▶ 事業活動上の変化は、仕入・出荷・調達・物流面において、「仕入・調達コストが上昇した」（55.9%）、「仕入・出荷など物流が停滞・遅延した（輸出入含む）」（34.8%）、「物流コストが増加した」（30.6%）と影響が生じた。
- ▶ その他、原油・原材料価格、電気料金の上昇が約8割、ガス料金の上昇では45.7%が影響を受けている。原油・原材料価格上昇に対する今後1年間の値上げ予定は、「今後1年間に値上げなし」が18.9%に対し、「わからない」が39.1%と回答していることから、価格転嫁に対する慎重な姿勢が見受けられる。背景には、値上げに対して、「売上の減少につながる」（50.1%）、「競合へ顧客が流れること」（37.7%）、「顧客との関係悪化」（26.3%）等の懸念材料がある。
- ▶ 為替（円安）による影響は、「悪い影響がある」（42.6%）が最も多い回答となり、その影響の対策として、「商品・サービスの値上げ」（35.4%）等を実施している。一方で、32.3%が対策を行っていない状況である。

2. 環境・脱炭素への取り組みについて

- ▶ 環境への取り組みを行う目的については、「電気料金などのコスト削減の観点から」（43.9%）が最も多い回答となり、上述の電気料金上昇の影響との関連性が見受けられる。
- ▶ 経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標の盛り込み状況については、「はい」の回答は22.7%にすぎず、「いいえ」の回答は37.7%、「盛り込むことを検討中」が36.7%となっている。背景には、「本業との関連性が低い」（34.2%）、「事業の利益に結びつきにくい」（30.6%）、「具体的な手段・施策の策定が困難」（27.3%）等の課題や理由がある。
- ▶ 環境への取り組みとして、約6割が「古紙（段ボール・事務文書類等）の削減・リサイクル」に取り組んでおり、ペーパーレス化への対応が進んでいることが伺える。その他、脱炭素につながる設備導入・利用状況では、「照明のLED化」（72.5%）、社内の行動では、「空調・照明の省エネ化・節電の組織的な取り組み」（62.1%）が実施されている。コスト削減や身近に対応しやすいものから取り組みが進んでいる。
- ▶ エネルギー使用量の把握状況は、61.9%が「把握している」と回答しているが、エネルギー使用量等の削減目標の設定状況では、74.9%が「設定していない」と回答している。顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請については、76.1%が「特に変化はない」と回答しており、今後の動向が注目される。

3. SDGsへの取り組みについて

- ▶ SDGsの認知度と取り組み状況については、「既に実施している」（20.6%）、「検討している」（19.2%）を合わせると39.8%となっている。一方、40.9%が「特に対応する予定はない」と回答しており、「自社の事業活動とは関わりがない又は薄い」（40.9%）、「何から取り組んでいいかわからない」（40.3%）、「人手の不足」（31.7%）等が要因となっている。
- ▶ 事業活動として取り組む（予定含む）SDGsのゴールは、「すべての人に健康と福祉を」（66.8%）の割合が最も多く、具体的な取り組み事例として、年1回健康診断等を実施、年次有給休暇の取得促進、健康経営優良法人の取得等を挙げている。SDGsに取り組むきっかけは、約6割が「経営戦略の一つとして取り組むため」と回答している。

4. 相談先（支援先）について

- ▶ コロナ・原材料高等に関しては、「診断士・税理士・社労士等」（32.2%）、環境・脱炭素は「取引先・親会社」（17.9%）、SDGsは「商工会議所・商工会」（17.3%）が主な相談先（支援先）となっている。ただし、各相談事項ともに、「相談相手はいない」という回答の割合が高く、コロナ・原材料高等は17.2%、環境・脱炭素は26.6%、SDGsは27.0%が「相談相手はいない」と回答している。

5. 今後の対応について

（1）コロナ禍を乗り越えて

- ▶ コロナ禍からの正常化に伴う個人消費や設備投資等の回復が期待されるが、原材料、エネルギー価格の高騰などのコストアップに価格転嫁が追いつかない状況である。適正値上げやビジネス転換に挑戦していくことも重要であり、中小企業と大企業の共存・共栄による円滑な価格転嫁と取引適正化のために、「パートナーシップ構築宣言」を官民連携で推進していく。
- ▶ コロナ禍後の経営体制強化に向け、中小企業のデジタルシフトや新たな付加価値の創造を後押ししていく。さらに、円安環境下における潜在ニーズの掘り起こしとサポート体制の充実（JETRO・中小機構・ひょうご海外ビジネスセンター・姫路市等との連携、公的支援制度の周知および活用支援）を進める。

（2）環境・脱炭素、SDGsについての相談体制の整備

- ▶ 相談先（支援先）に関する質問に対して、「相談相手はいない」とする事業所が多いことから、環境・脱炭素、SDGsともに、相談対応体制を構築することが必要である。
- ▶ 環境・脱炭素では、一般財団法人省エネルギーセンター、省エネお助け隊等と連携するとともに、商工会議所として「カーボンニュートラル・アクションプラン」（経済産業省）の策定に組み込み、支援体制を構築する。
- ▶ SDGsでは、中小企業向けマニュアルの作成や診断ツールの整備を通じて支援体制を構築する。これら商工会議所の機能強化に向け、環境変化への感度を高めて、的確な政策提言を展開できるよう、より一層、中小企業との対話を徹底する。

(3) 環境・脱炭素、SDGsに関する啓発活動と事例収集、紹介

- ▶ 当地事業所の環境・脱炭素への取り組みやSDGsに関する機運の醸成に向け、セミナーを開催する。2022年度は、姫路商工会議所100周年SDGs EXPO内の講演会や姫路ものづくり支援センター主催脱炭素セミナーなどを実施しており、今後も、姫路市や公的機関と連携しながら、最新の情報をお届けすることで、これらの普及・啓発を推進する。
- ▶ 脱炭素に関する潮流や節電・省エネ等に関する中小企業向け施策情報を提供するとともに、取引先からの脱炭素への要請強化も見据え、温室効果ガス排出量の「見える化」等の情報を提供し、測定・把握・削減を支援する。SDGsでは、人口減少社会における持続可能なまちづくり等に関する情報を発信する。
- ▶ 環境・脱炭素、SDGsともに、経営戦略の重要事項であるものの、何から取り組んでいいかわからないといった回答が多いことから、当地の先進事例を収集し、同業種の事例や身近な事例を発信することで、企業の体質強化、認知度向上、社会的責任等に向けた取り組みとしての意識を醸成する。

(4) 公的制度の活用支援

- ▶ 新型コロナウイルス感染症等の影響、環境・脱炭素への取り組み、SDGsへの取り組みに共通して、補助金等の支援を希望している。一例として、姫路市では、原油価格・物価高騰に受ける影響を緩和し、事業活動の継続を支援する「姫路市中小企業等原油価格・物価高騰支援金」や新製品や新技術の開発等に対し補助をする「姫路市ものづくり開発奨励補助金」、「SDGs宣言制度」等が創設され、2023年度は、環境・省エネ関連の支援メニューが拡充される。当所では、これらを活用し、引き続き、中小企業の経営支援に取り組む。

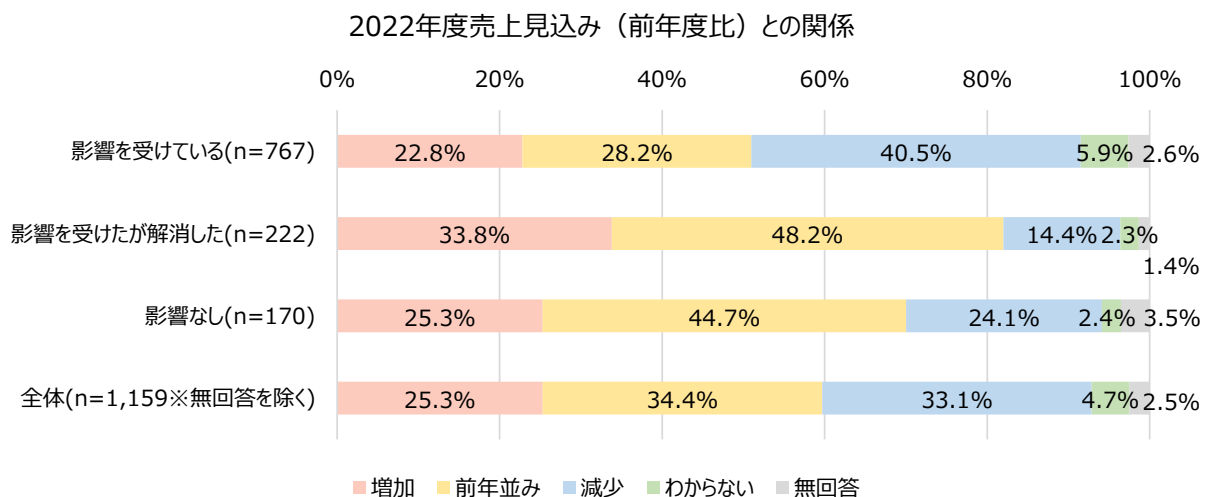
(5) 終わりに

- ▶ 上述のとおり、本調査結果をふまえ、相談体制を整備するとともに、環境・脱炭素・SDGs等のテーマに沿った情報発信を強化し、中小企業の意識改革、機運醸成のきっかけを創出する。そして、コロナ後の販路開拓、環境・脱炭素、SDGs、DX（デジタルトランスフォーメーション）等の経営課題に応じた公的制度も活用しつつ、中小企業の成長を後押しする所存である。経営環境が急速に変化する中、中小企業のニーズ共有や支援メニューの設計に向け、これまで以上に姫路市と情報交換を密にし、多岐にわたる経営課題解決に向け、伴走支援を実施していく。

資料編

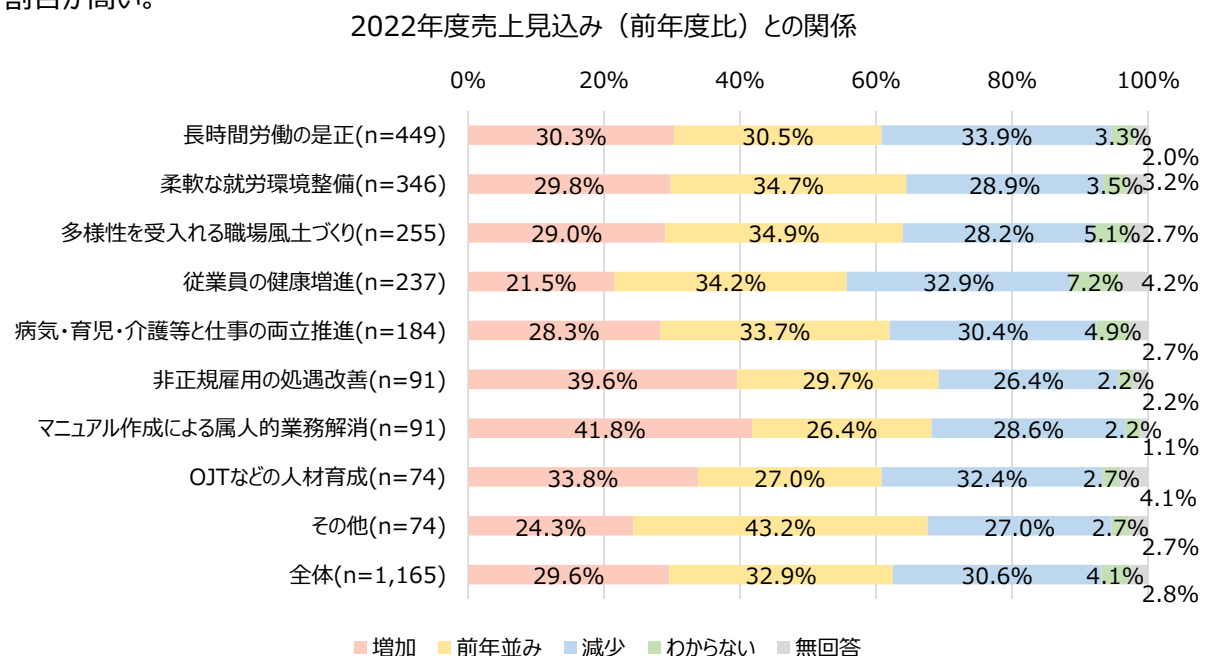
「企業活動におけるコロナ感染症の影響」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「企業活動におけるコロナ感染症の影響」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「影響を受けたが解消した」（33.8%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「影響を受けている」（40.5%）の割合が目立つ。



「コロナ感染症発現以降の『労働・就業環境面の変化』」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

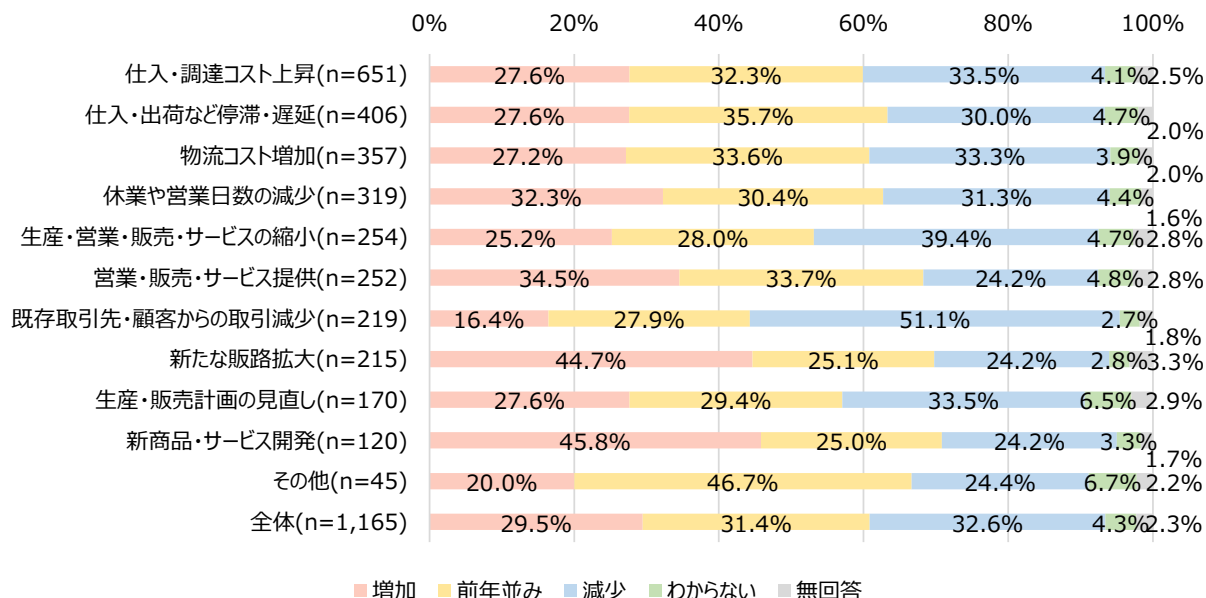
「コロナ感染症発現以降の『労働・就業環境面の変化』」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「マニュアル作成による属人的業務解消」（41.8%）、「非正規雇用の処遇改善」（39.6%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「長時間労働の是正」（33.9%）、「従業員の健康増進」（32.9%）の割合が高い。



「コロナ感染症発現以降の『事業活動上の変化』と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「コロナ感染症発現以降の『事業活動上の変化』と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「新商品・サービス開発」（45.8%）、「新たな販路拡大」（44.7%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「既存取引先・顧客からの取引減少」（51.1%）、「生産・営業・販売・サービスの縮小」（39.4%）の割合が高い。

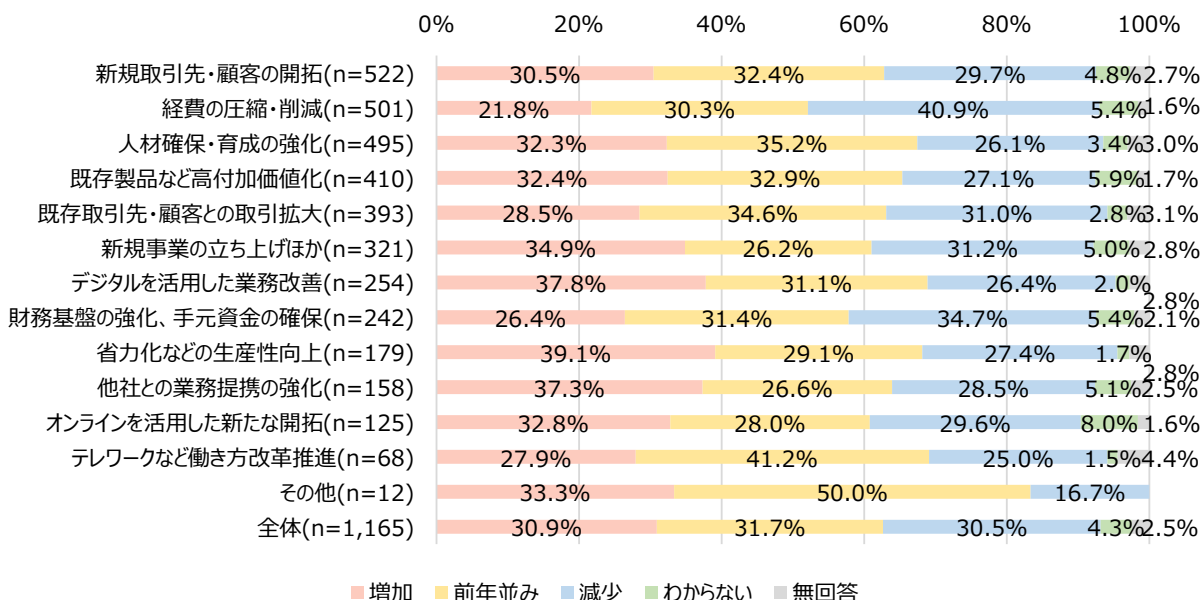
2022年度売上見込み（前年度比）との関係



「今後の経営方針で重視する点」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「今後の経営方針で重視する点」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「省力化などの生産性向上」（39.1%）、「デジタルを活用した業務改善」（37.8%）、「他社との業務連携の強化」（37.3%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「経費の圧縮・削減」（40.9%）、「財務基盤の強化、手元資金の確保」（34.7%）、「新規事業の立ち上げほか」（31.2%）の割合が高い。

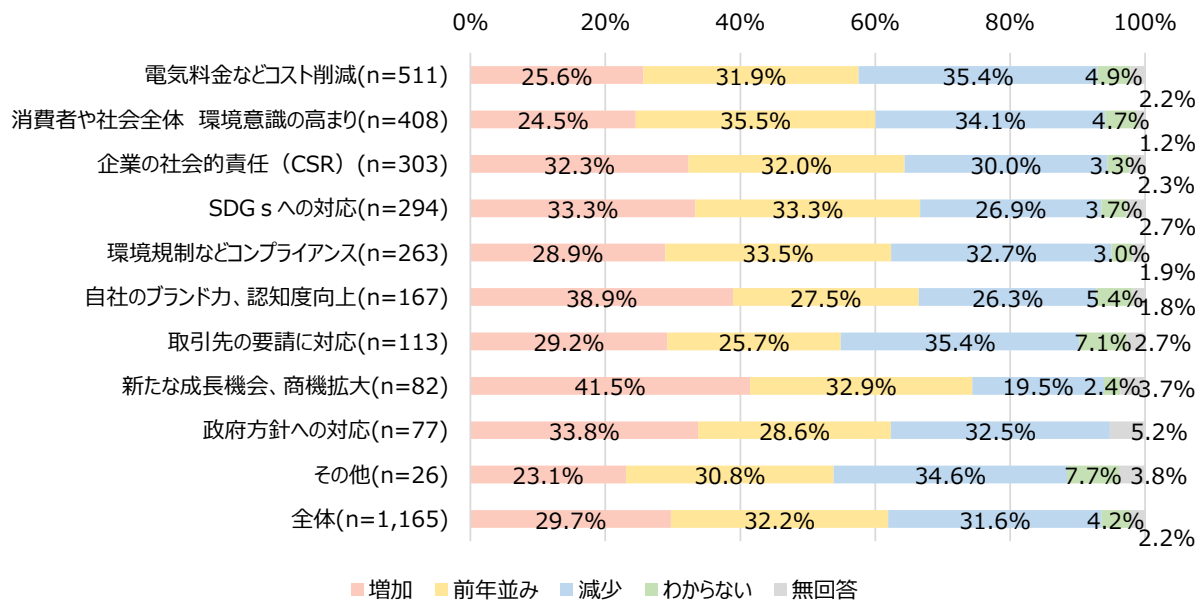
2022年度売上見込み（前年度比）との関係



「環境への取り組みを行う目的」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「環境への取り組みを行う目的」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「新たな成長機会、商機拡大」（41.5%）、「自社のブランド力、認知度向上」（38.9%）、「政府方針への対応」（33.8%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「電気料金などコスト削減」「取引先の要請に対応」（35.4%）、「消費者や社会全体 環境意識の高まり」（34.1%）の割合が高い。

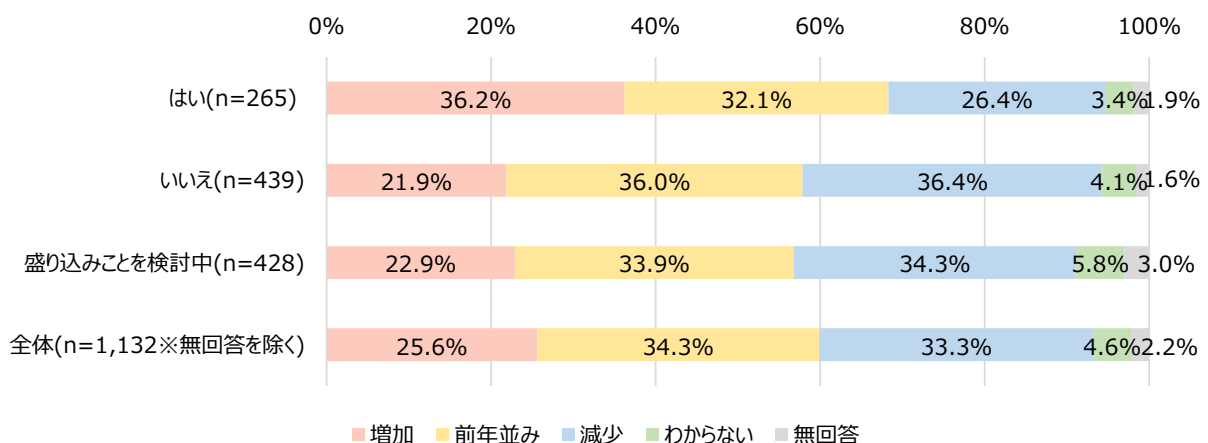
2022年度売上見込み（前年度比）との関係



「経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標の盛り込み状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

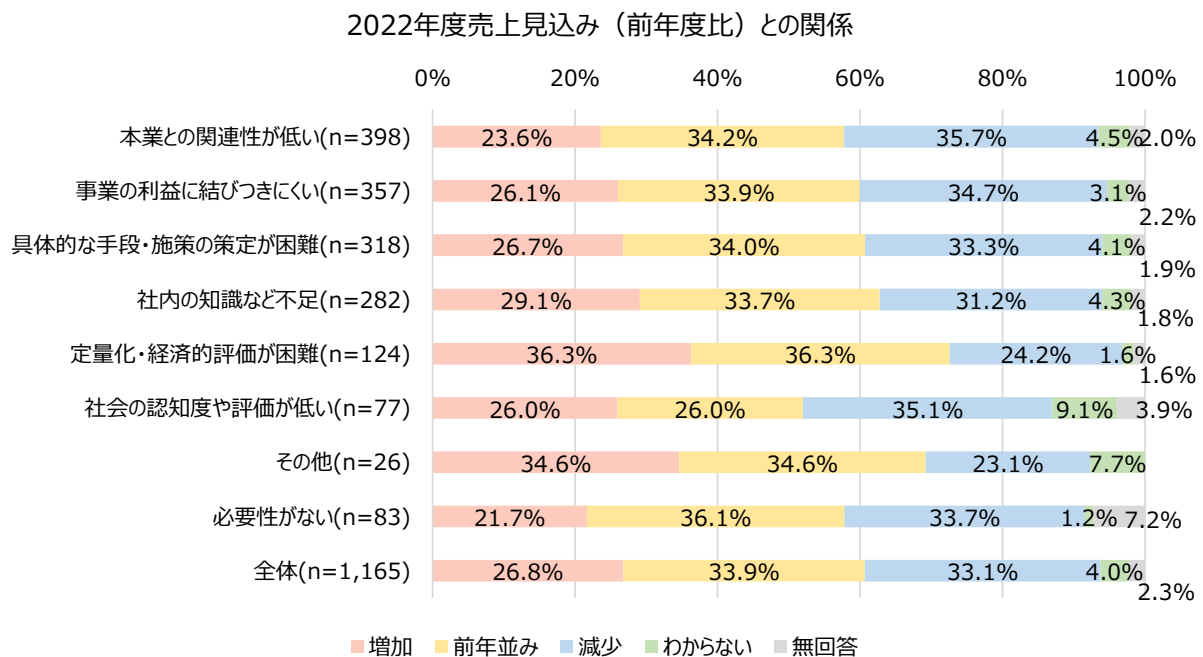
「経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標の盛り込み状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「はい」（36.2%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「いいえ」（36.4%）の割合が目立つ。

2022年度売上見込み（前年度比）との関係



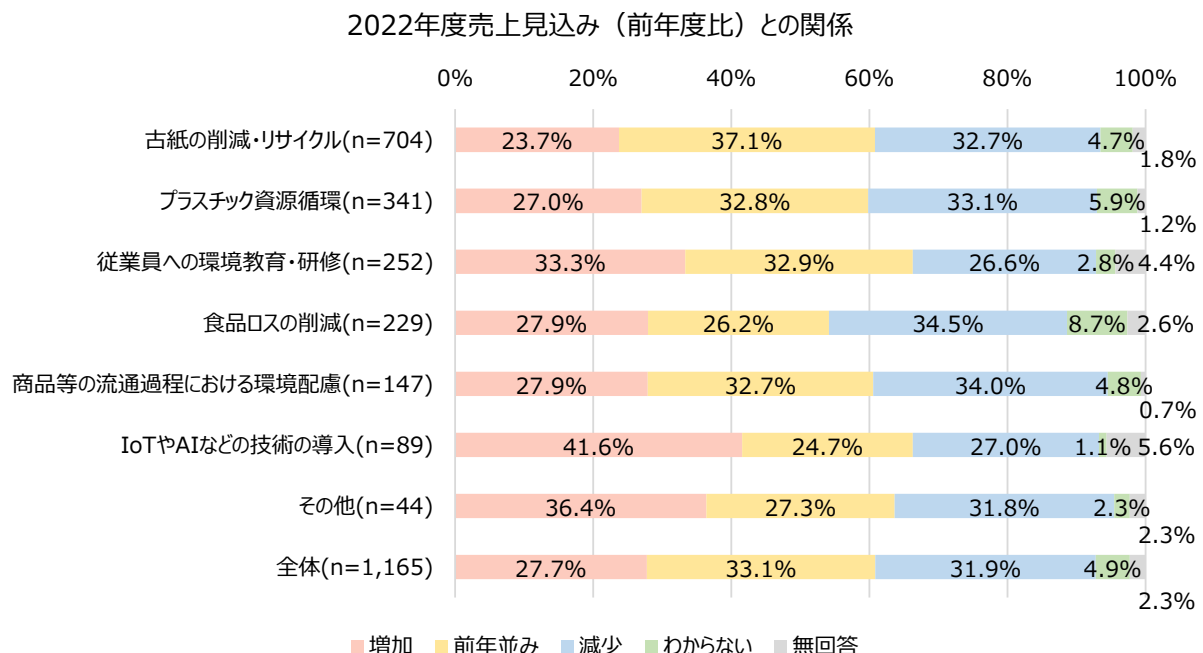
「環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題や理由」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「環境への配慮や取り組み・目標を設定する際の課題や理由」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「定量化・経済的評価が困難」（36.3%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「本業との関連性が低い」（35.7%）の割合が目立つ。



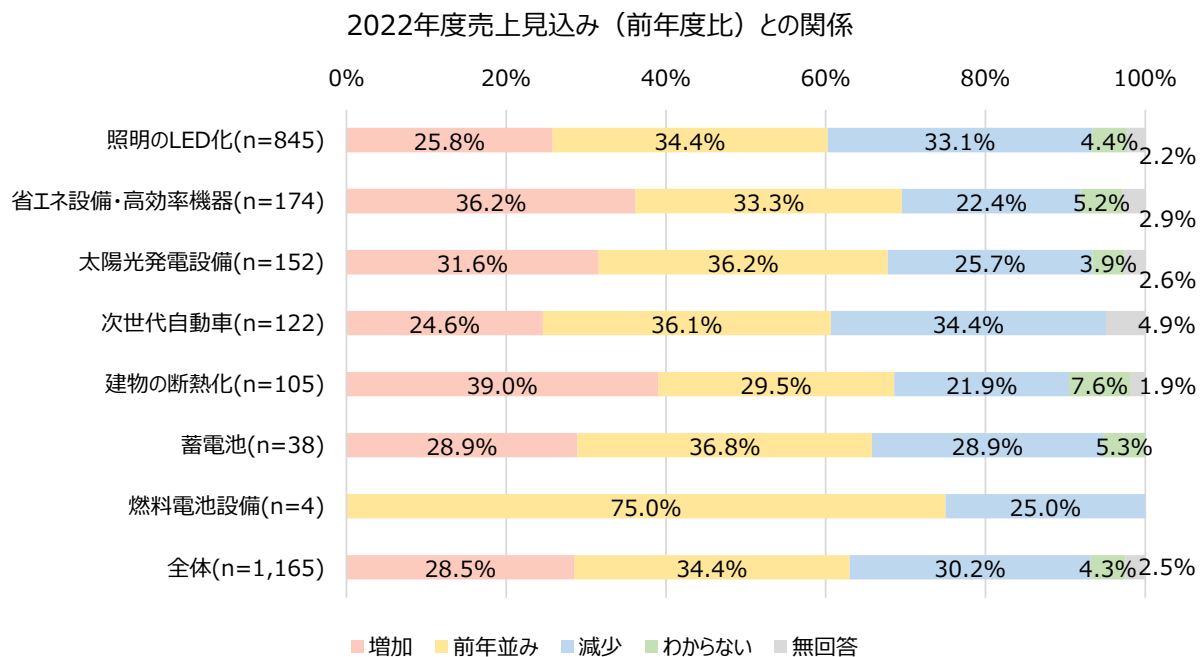
「環境への取り組み状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「環境への取り組み状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「IoTやAIなどの技術の導入」（41.6%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「食品ロスの削減」（34.5%）の割合が目立つ。



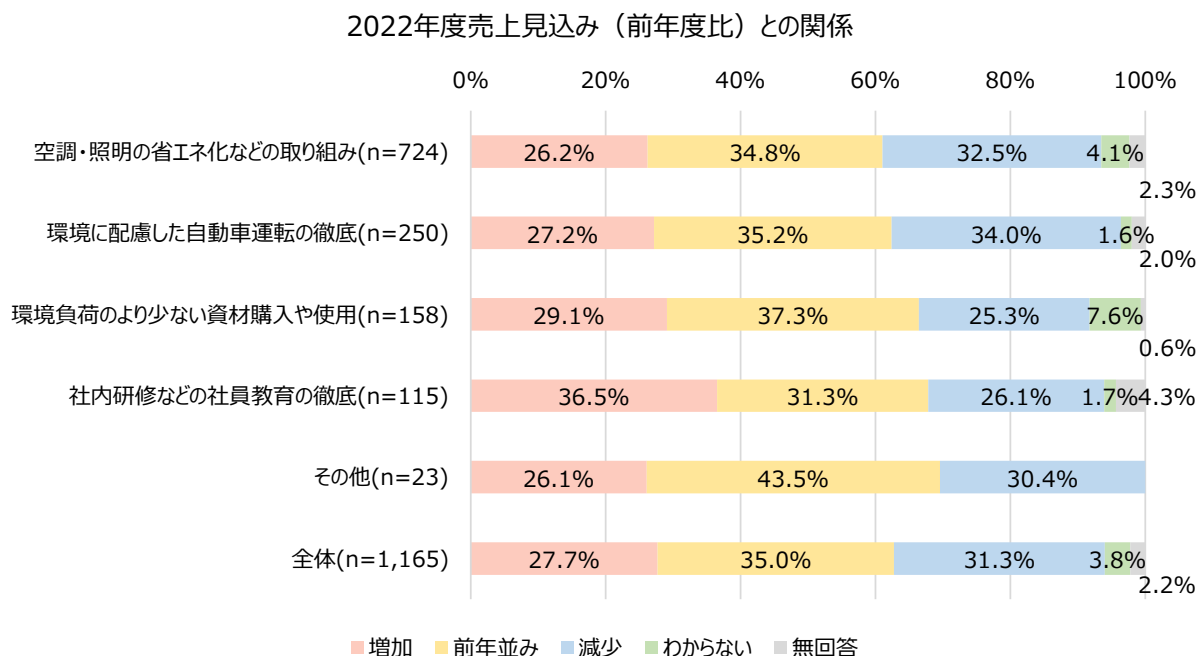
「脱炭素化につながる設備導入・利用状況（（１）再エネ設備及び省エネ設備等に関すること）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「脱炭素化につながる設備導入・利用状況（（１）再エネ設備及び省エネ設備等に関すること）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「建物の断熱化」（39.0％）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「次世代自動車」（34.4％）の割合が目立つ。



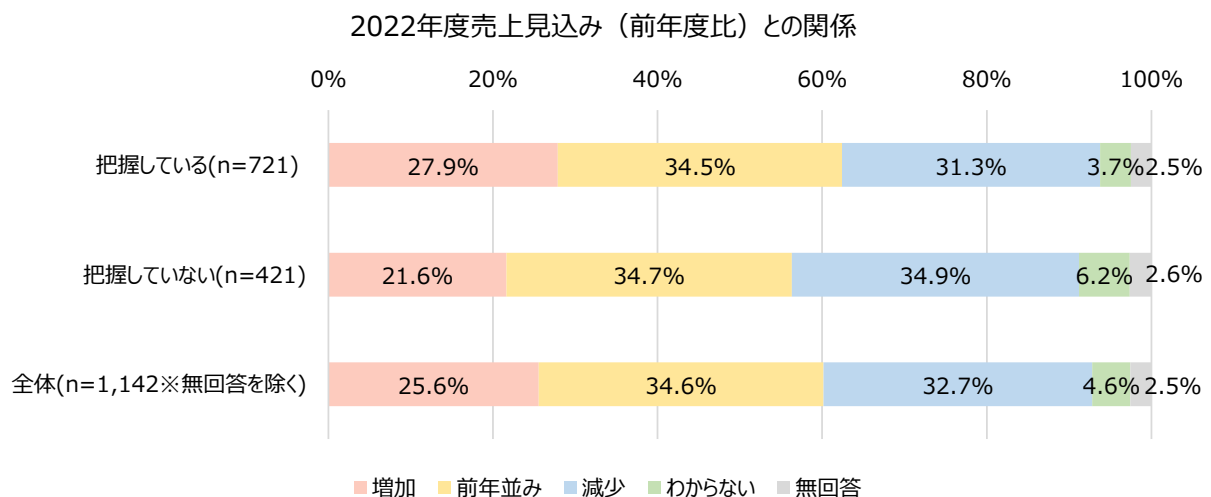
「脱炭素化につながる設備導入・利用状況（（２）社内での行動）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「脱炭素化につながる設備導入・利用状況（（２）社内での行動）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「社内研修などの社員教育の徹底」（36.5％）の割合が高い。一方、売上が「減少」と回答した事業所では、「環境に配慮した自動車運転の徹底」（34.0％）の割合が目立つ。



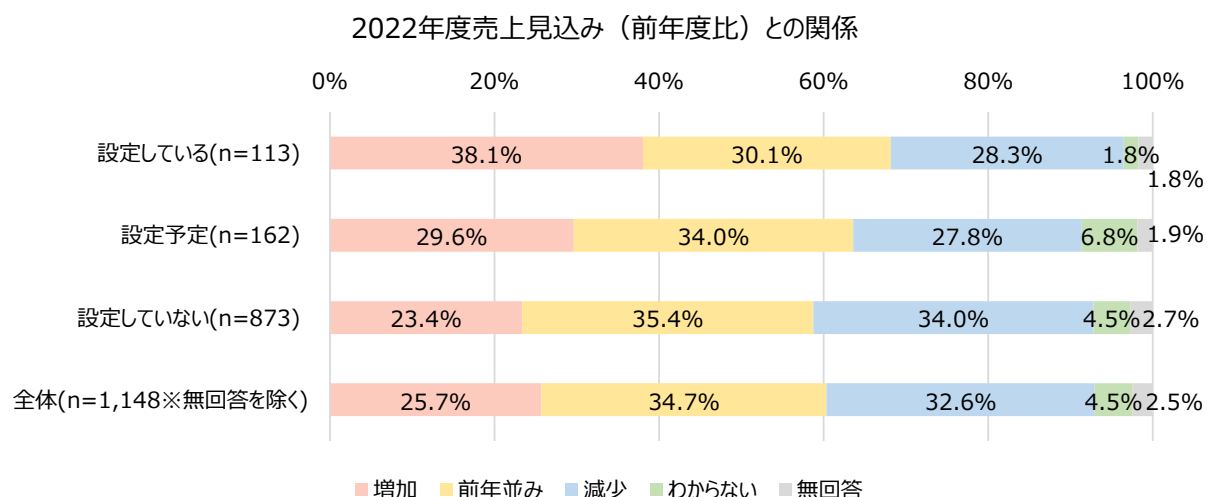
「エネルギー使用量の把握状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「エネルギー使用量の把握状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「把握している」（27.9%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「把握していない」（34.9%）の割合が目立つ。



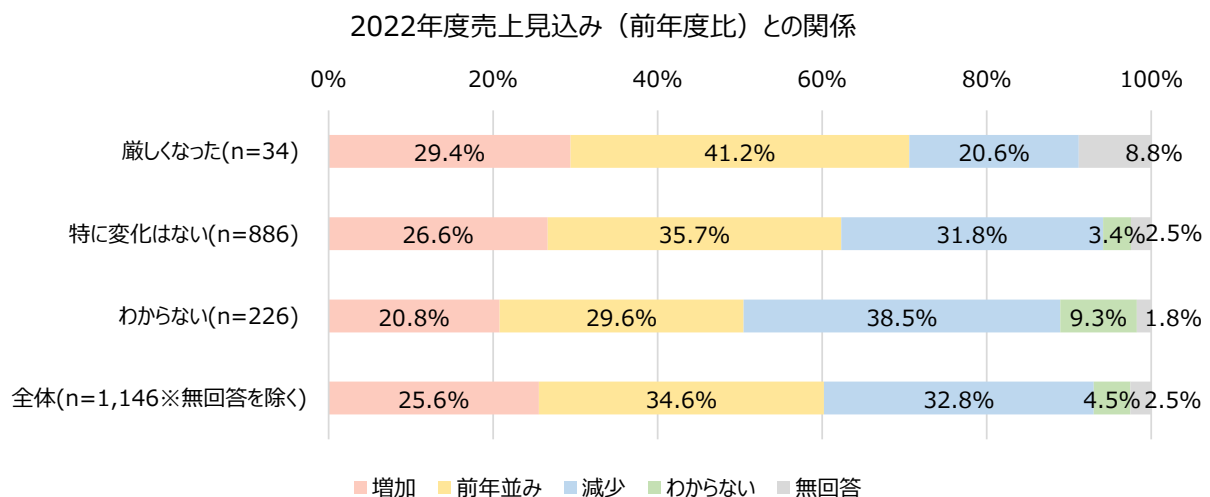
「エネルギー使用量等の削減目標の設定状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「エネルギー使用量等の削減目標の設定状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「設定している」（38.1%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「設定していない」（34.0%）の割合が目立つ。



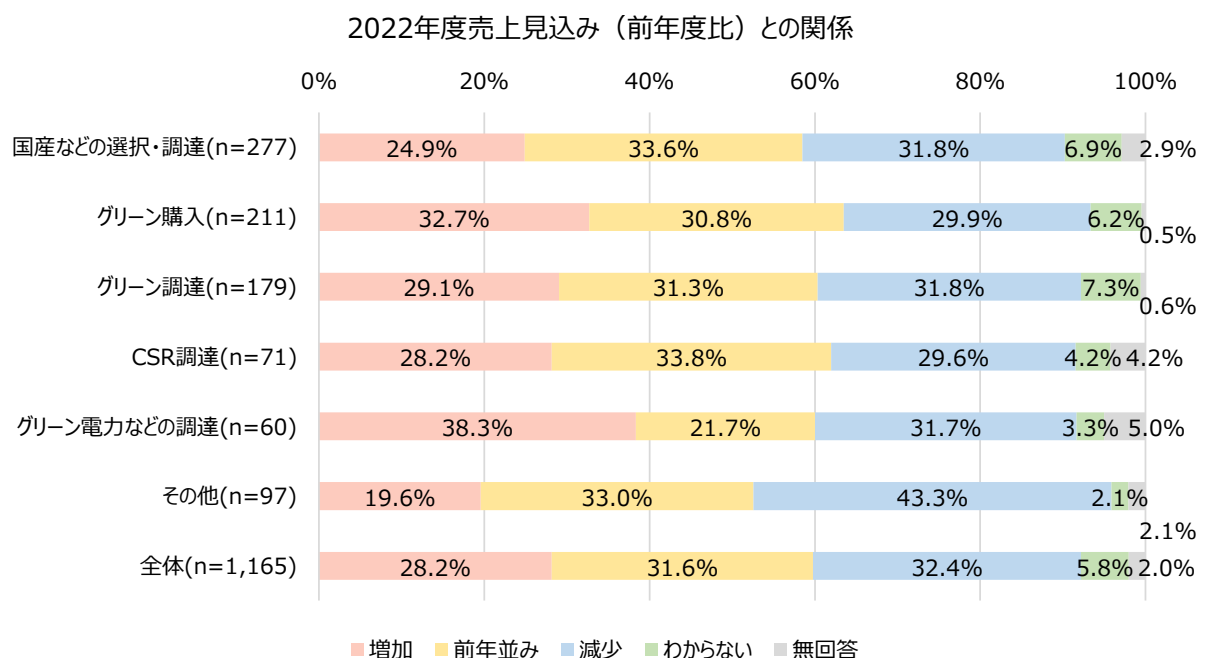
「顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「顧客・取引先からの環境負荷の軽減に関する要請」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「厳しくなった」（29.4％）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「わからない」（38.5％）の割合が目立つ。



「環境等に配慮した調達」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「環境等に配慮した調達」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「グリーン電力などの調達」（38.3％）の割合が高い。一方、売上が「減少」と回答した事業所では、「国産などの選択・調達」「グリーン調達」（31.8％）の割合が高い。

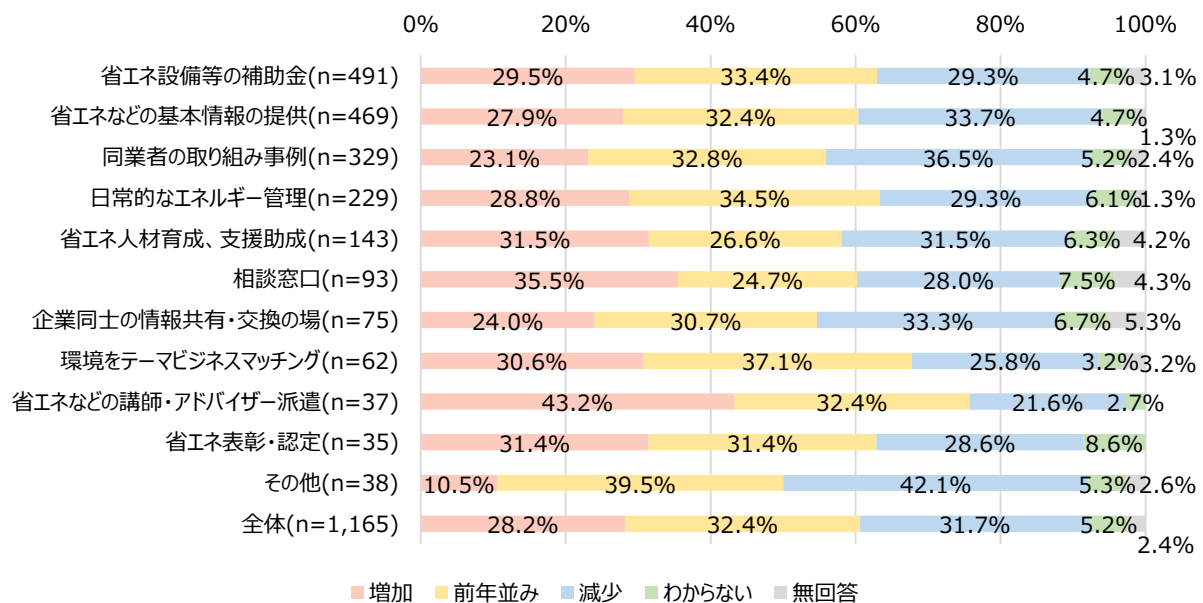


「脱炭素に取り組む際に必要と思われる支援」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「脱炭素に取り組む際に必要と思われる支援」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「省エネなどの講師・アドバイザー派遣」

（43.2%）、「相談窓口」（35.5%）、「省エネ人材育成、支援助成」（31.5%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「同業者の取り組み事例」（36.5%）、「省エネなどの基本情報の提供」（33.7%）、「企業同士の情報共有・交換の場」（33.3%）の割合が高い。

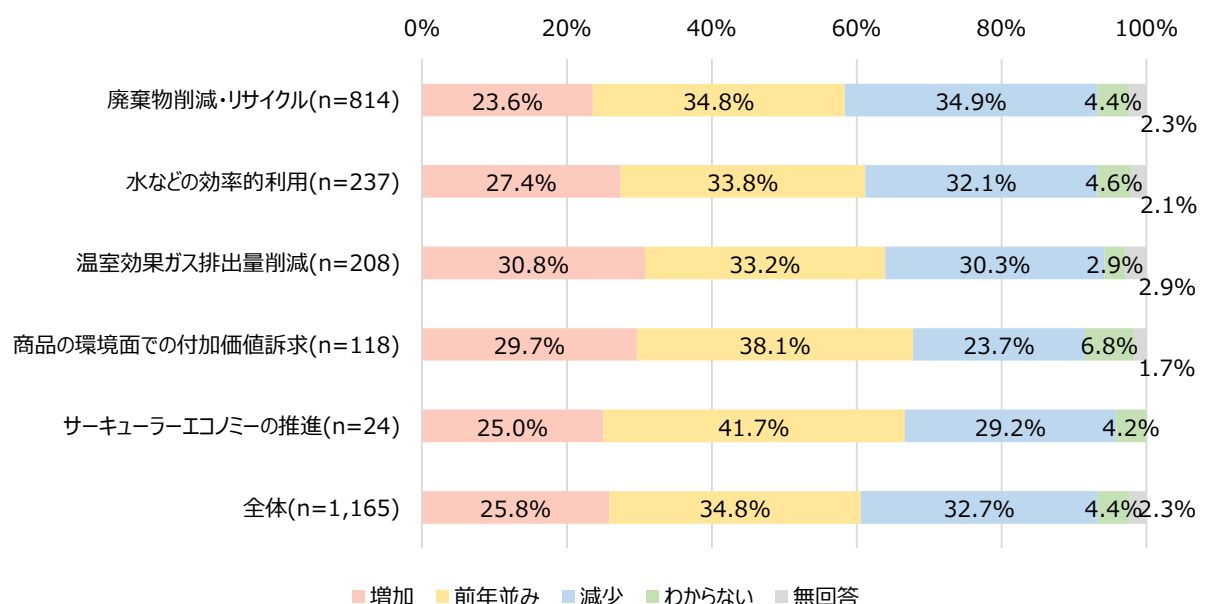
2022年度売上見込み（前年度比）との関係



「環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（（1）環境【Environment】）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

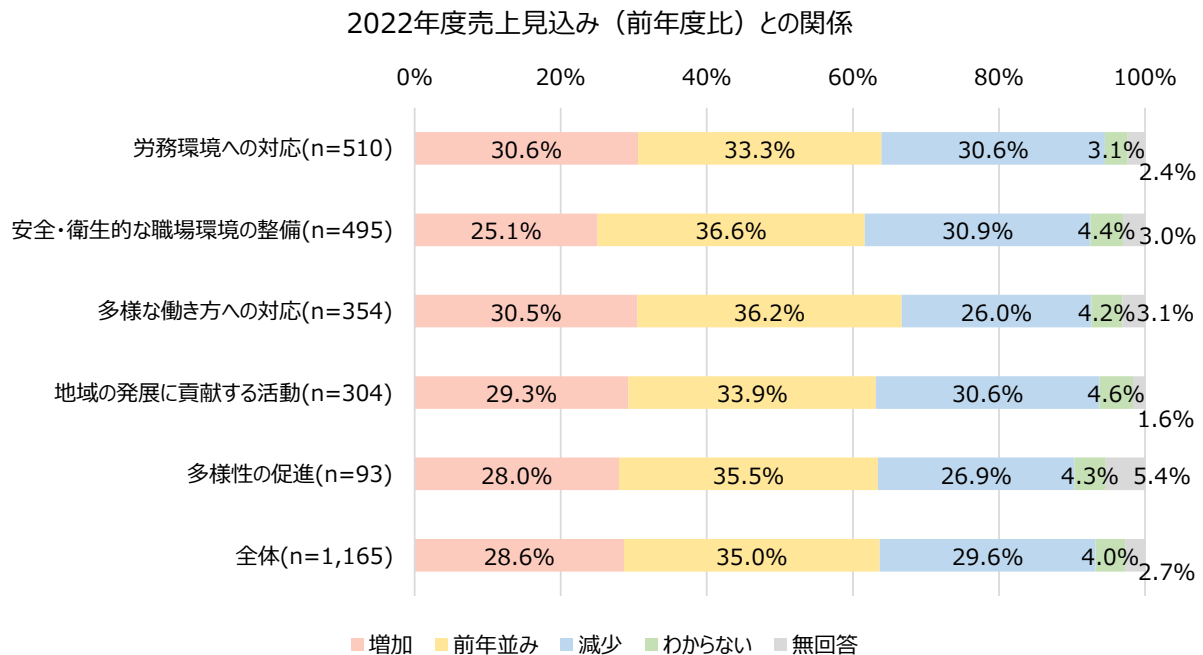
「環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（（1）環境【Environment】）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「温室効果ガス排出量削減」（30.8%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「廃棄物削減・リサイクル」（34.9%）の割合が目立つ。

2022年度売上見込み（前年度比）との関係



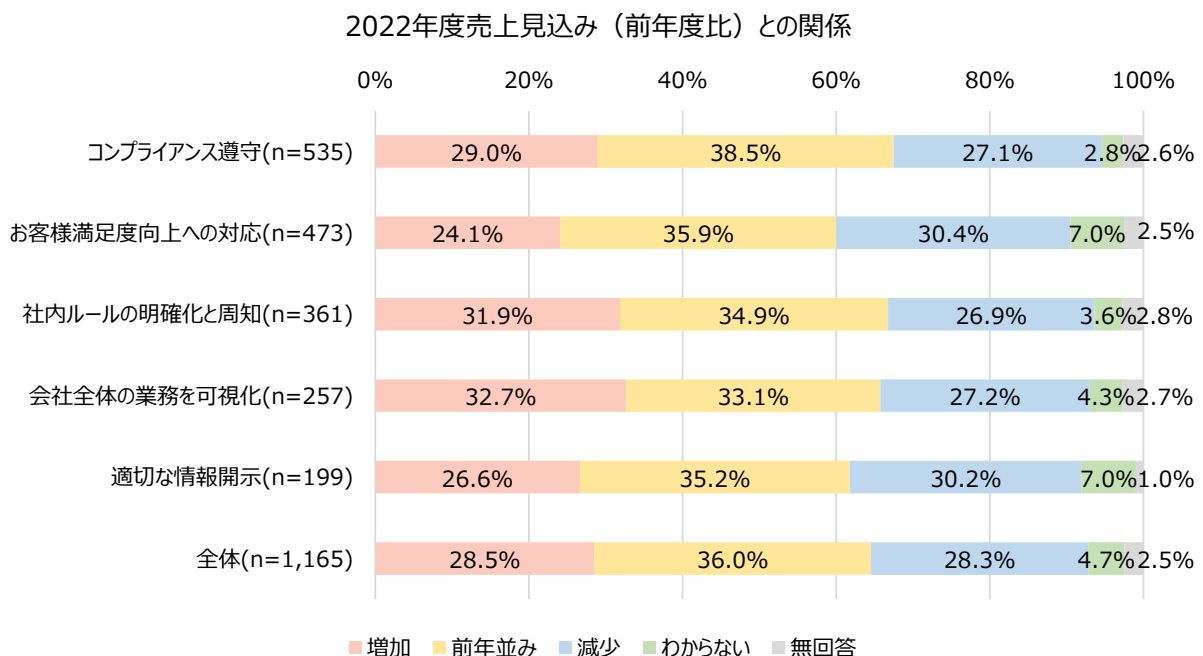
「環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（（2）社会【Society】）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（（2）社会【Society】）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「労務環境への対応」（30.6％）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「安全・衛生的な職場環境の整備」（30.9％）の割合が目立つ。



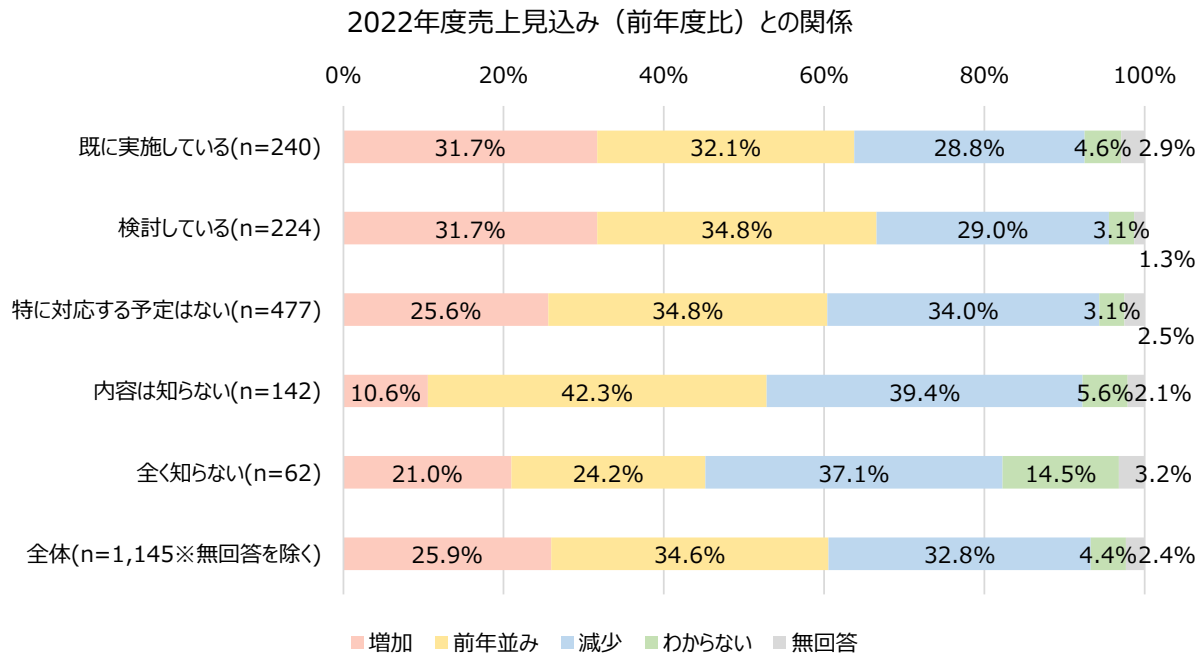
「環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（（3）管理体制【Governance】）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「環境や社会等の各分野（ESG）で重視する取り組み（（3）管理体制【Governance】）」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「会社全体の業務を可視化」（32.7％）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「お客様満足度向上への対応」（30.4％）の割合が目立つ。



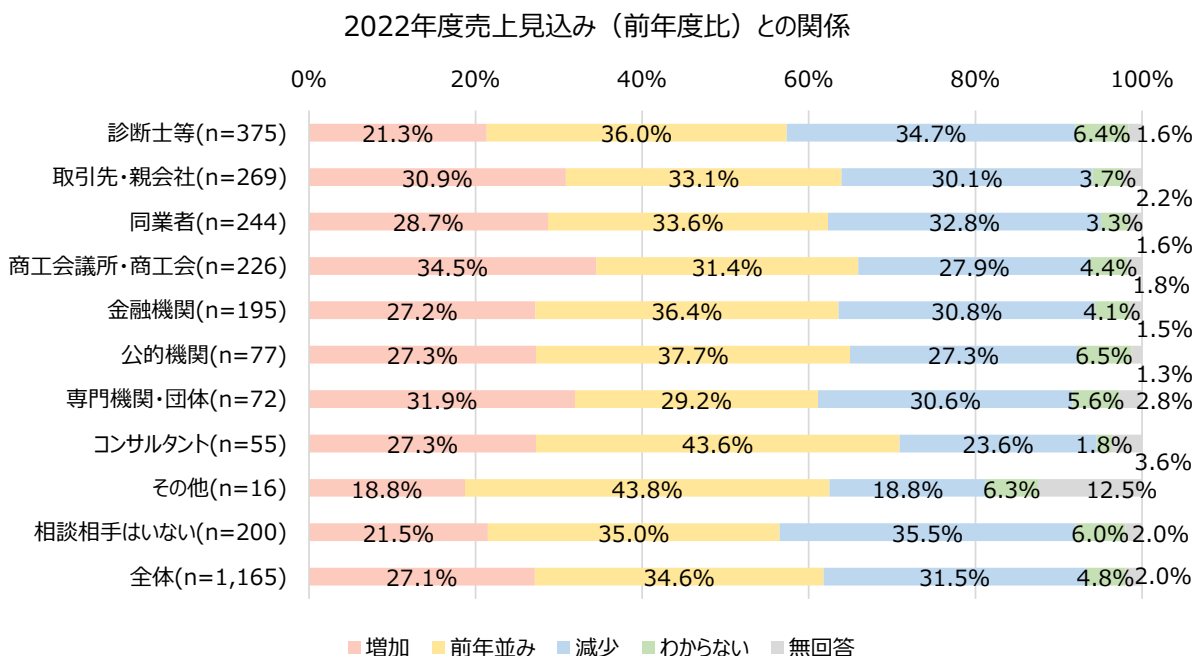
「SDGsの認知度と取り組み状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「SDGsの認知度と取り組み状況」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「既に実施している」「検討している」（31.7%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「内容は知らない」（39.4%）の割合が目立つ。



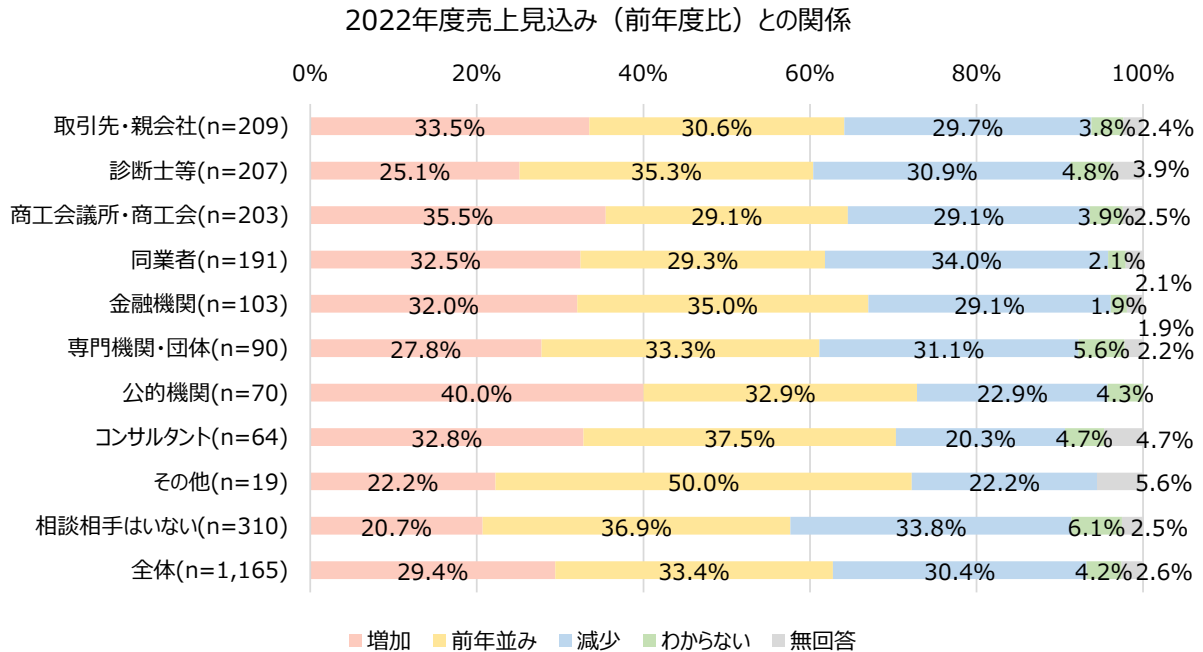
「相談先（支援先）【1.コロナ・原材料高等】」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「相談先（支援先）【1.コロナ・原材料高等】」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「商工会議所・商工会」（34.5%）、「専門機関・団体」（31.9%）、「取引先・親会社」（30.9%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「相談相手はいない」（35.5%）の割合が目立つ。



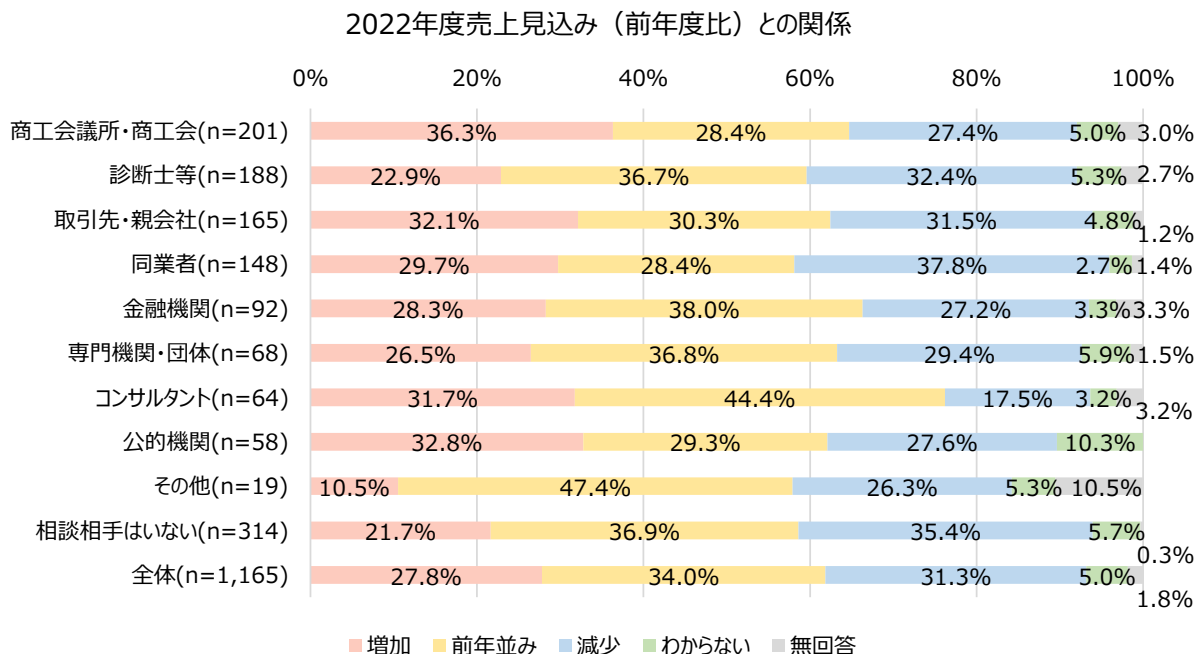
「相談先（支援先）【2.環境・脱炭素】」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「相談先（支援先）【2.環境・脱炭素】」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「公的機関」（40.0%）、「商工会議所・商工会」（35.5%）、「取引先・親会社」（33.5%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「相談相手はいない」（33.8%）の割合が目立つ。



「相談先（支援先）【3.SDGs】」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係（クロス集計）

「相談先（支援先）【3.SDGs】」と「2022年度売上見込み（前年度比）」との関係を見ると、売上見込みが「増加」と回答した事業所は、「商工会議所・商工会」（36.3%）、「公的機関」（32.8%）、「取引先・親会社」（32.1%）の割合が高い。一方、売上見込みが「減少」と回答した事業所では、「同業者」（37.8%）、「相談相手はいない」（35.4%）の割合が高い。



MEMO

アフターコロナ・ウィズコロナに向けた企業動向に関するアンケート調査

同封の返信用封筒もしくはFAX:222-6005にてご返送いただきますようお願いいたします。

【返送期限:2023年2月3日(金)】(姫路商工会議所)

【貴社の概要・状況についてご記入ください】

(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	1. 1～5 人 2. 6～20 人 3. 21～50 人 4. 51～100 人 5. 101～300 人 6. 301 人～
(6) 2022 年度売上見込み(前年度比)	1. 増加 2. 前年並み 3. 減少 4. わからない

I. 新型コロナウイルス感染症・原材料高・為替変動等の影響について

問1. 新型コロナウイルス

(1) 企業活動におけるコロナ感染症の影響について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1. 影響を受けている	2. 影響を受けたが解消した	3. 影響なし
-------------	----------------	---------

(2) コロナ禍前の売上水準回復時期について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1. 影響は受けていない	2. 既に回復している	3. 来年度以降回復見込み	4. わからない	5. 回復は見込めない
--------------	-------------	---------------	----------	-------------

(3) コロナ感染症発現以降の「労働・就業環境面の変化」について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 長時間労働の是正(残業制限、有給取得推進等)	6. 多様性を受け入れる職場風土づくり
2. 病気・育児・介護等と仕事の両立推進	7. OJT や Off-JT、自己啓発支援などの人材育成
3. 従業員の健康増進(ストレスチェック導入等)	8. マニュアル作成による属人的な業務の解消
4. 柔軟な就労環境整備(在宅勤務、テレワーク等)	9. その他()
5. 非正規雇用の処遇改善	

(4) コロナ感染症発現以降の「事業活動上の変化」について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| 1. 営業・販売・サービス提供をオンラインで実施した | 6. 生産・販売計画の見直しを迫られた |
| 2. 既存取引先・顧客からの取引が減少・打ち切られた | 7. 仕入・出荷など物流が停滞・遅延した（輸出入含む） |
| 3. 生産・営業・販売・サービス提供の縮小を余儀なくされた | 8. 新商品・サービスの開発を実施した |
| 4. 休業や営業（稼働）日数・営業（稼働）時間の減少を余儀なくされた | 9. 仕入・調達コストが上昇した |
| 5. 新たな販路拡大に取り組んだ | 10. 物流コストが増加した |
| | 11. その他（ ） |

問 2. 原材料価格等

(1) 原油・原材料価格の上昇による貴社の影響について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | |
|----------|----------|----------|
| 1. 影響がある | 2. 影響はない | 3. わからない |
|----------|----------|----------|

(2) 原油・原材料価格の上昇に対する、貴社の商品・サービスの「過去1年間」の値上げ状況について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|-----------------|-------------------|----------|-----------|
| 1. 過去1年間に値上げはない | 2. 過去1年間に値上げを実施した | 3. わからない | 4. その他（ ） |
|-----------------|-------------------|----------|-----------|

(3) 原油・原材料価格の上昇に対する、貴社の商品・サービスの「今後1年間」の値上げ予定について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|----------------|----------------|----------|-----------|
| 1. 今後1年間に値上げなし | 2. 今後1年間に値上げ予定 | 3. わからない | 4. その他（ ） |
|----------------|----------------|----------|-----------|

(4) 電気料金の上昇による貴社の影響について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|-------------|------------|-------------|--------------|
| 1. 大いに影響がある | 2. やや影響がある | 3. あまり影響はない | 4. まったく影響はない |
|-------------|------------|-------------|--------------|

(5) ガス料金の上昇による貴社の影響について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|-------------|------------|-------------|--------------|
| 1. 大いに影響がある | 2. やや影響がある | 3. あまり影響はない | 4. まったく影響はない |
|-------------|------------|-------------|--------------|

(6) 価格転嫁に関して、懸念・負担となっている事項について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|-----------------------|-------------------|
| 1. 売上の減少につながる事 | 5. 値上げの影響がわからないこと |
| 2. 競合へ顧客が流れること | 6. 特になし |
| 3. 顧客との関係悪化 | 7. その他（ ） |
| 4. 契約済みであるため値上げできないこと | |

問 3. 為替変動

(1) 現在の為替(円安)による影響について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | | |
|------------|-------------------|------------|----------|
| 1. 良い影響がある | 2. 良い影響と悪い影響、両方ある | 3. 悪い影響がある | 4. 影響はない |
|------------|-------------------|------------|----------|

(2) 現在の為替(円安)による影響への対策について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | | |
|----------------|-------------|----------------|
| 1. 商品・サービスの値上げ | 4. 変動費の節約 | 7. 既存の仕入価格の変更 |
| 2. 固定費の節約 | 5. 製造体制の見直し | 8. 対策をおこなっていない |
| 3. 仕入先・方法の変更 | 6. 既存人件費の抑制 | 9. その他() |

問 4. 今後の経営方針で重視する点について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. 新規事業の立上げ、異業種への参入、新商品・サービスの開発など、新たな収益源の確立 | 7. 省力化・省人化投資など生産性の向上 |
| 2. 既存製品・サービスの高付加価値化 | 8. デジタルを活用した業務プロセスの改善 |
| 3. 新規取引先・顧客の開拓 | 9. 人材確保・育成の強化 |
| 4. 既存取引先・顧客との取引拡大 | 10. テレワークなど働き方改革推進 |
| 5. 他社との業務提携の強化 | 11. 経費の圧縮・削減 |
| 6. オンラインを活用した新たな営業・商談・販売チャネルの開拓 | 12. 財務基盤の強化、手元資金の確保 |
| | 13. その他() |

問 5. 今後利用したい支援内容について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|-----------------------|------------|
| 1. 経営環境の変化に関する基本情報の提供 | 5. 補助金・給付金 |
| 2. 同業者の取り組み事例の提供 | 6. 金融支援 |
| 3. 各種相談窓口 | 7. その他() |
| 4. 各種アドバイザー派遣 | |

Ⅱ. 環境・脱炭素への取り組みについて

問 1. 貴社の活動において環境への取り組みを行う目的について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

- | | |
|---------------------------|------------------------------|
| 1. 電気料金などコスト削減の観点から | 6. 環境規制などコンプライアンスの観点から |
| 2. 自社のブランド力、認知度向上につながるから | 7. 企業の社会的責任(CSR)の観点から |
| 3. 新たな成長機会、商機の拡大が見込めるから | 8. SDGs(国連の持続可能な開発目標)への対応 |
| 4. 取引先の要請に対応せざるを得ないから | 9. 政府方針(2050年カーボンニュートラル)への対応 |
| 5. 消費者や社会全体での環境意識の高まりへの対応 | 10. その他() |

問 2. 経営方針・経営戦略などに環境への配慮や取り組み・目標を盛り込んでいますか。該当する選択肢1つに○を付けてください。

- | | | |
|-------|--------|---------------|
| 1. はい | 2. いいえ | 3. 盛り込むことを検討中 |
|-------|--------|---------------|

問 3. 経営方針・戦略に、環境への配慮や取り組み・目標を盛り込んで取り組む上での課題や、盛り込まない理由について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1.本業との関連性が低い	5.社会（顧客・サプライヤーなど）の認知度や評価が低い
2.事業の利益に結びつきにくい	6.社内の知識・経験、理解・認識の不足
3.具体的な手段・施策の策定が困難	7.必要性がない
4.定量化・経済的評価が困難	8.その他（ ）

問 4. 環境への取り組み状況について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1.従業員への環境教育・研修の実施	5.食品ロスの削減
2.商品等の流通過程における環境配慮	(食品加工・食品製造・売れ残り・食べ残し等)
3.IoT や AI などの技術の導入	6.プラスチックの資源循環
(運営管理やエネルギー効率など)	(使い捨て製品の使用抑制・リサイクル等)
4.古紙(段ボール・事務文書類等)の削減・リサイクル	7.その他()

問 5. 脱炭素化につながる設備導入・利用状況について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

再エネ設備及び省エネ設備等に関すること	社内での行動
1.照明のLED化	1.空調・照明の省エネ化・節電の組織的な取り組み
2.省エネ設備・高効率機器（高効率空調、高性能ボイラ等）	2.環境に配慮した自動車運転（エコドライブ等）の徹底
3.建物の断熱化	3.環境負荷のより少ない資材等の優先購入や使用
4.次世代自動車（EV、FCV、PHV*）	4.社内研修などの社員教育の徹底
5.太陽光発電設備	5.その他（ ）
6.蓄電池	
7.燃料電池設備	

※EV:電気自動車 FCV:燃料電池自動車 PHV:プラグインハイブリッド自動車(ハイブリッド車は含まない)

問 6. 貴社のエネルギー使用量の把握状況について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1.把握している		2.把握していない	

問 7. 貴社のエネルギー使用量等の削減目標の設定状況について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1.設定している	2.設定予定	3.設定していない
----------	--------	-----------

問 8. 顧客・取引先から、環境負荷の軽減（CO2 排出抑制など）に関する要請に変化はありましたか。該当する選択肢1つに○を付けてください。

1.厳しくなった 2.特に変化はない 3.わからない

問 9. 貴社では次に挙げる環境等に配慮した調達を行っていますか。該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1.環境に配慮した製品やサービスの調達（グリーン購入）	4.国産や県内産の原料・物品の選択・調達
2.環境に配慮した製品の原材料や資材等の調達（グリーン調達）	5.グリーン電力や再生可能エネルギーの調達
3.CSR（環境・社会等）に配慮した調達（CSR 調達）	6.その他（ ）

問 10. 脱炭素に取り組む際に必要と思われる支援について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1.省エネ・脱炭素に関する基本情報の提供	7.省エネ人材育成のための支援・助成
2.同業者の取り組み事例の提供	8.企業同士で情報共有・交換する場の提供
3.日常的なエネルギー管理のノウハウの提供	9.環境・脱炭素をテーマにしたビジネスマッチング
4.相談窓口（再エネ・蓄電などの提案）	10.省エネ・脱炭素に取り組む企業の表彰・認定
5.省エネを最適化するための講師・アドバイザー派遣	11.その他（ ）
6.省エネ設備等への補助金	

問 11. 環境や社会等の各分野で重視する取り組みについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

環境 (Environment)	社会 (Society)	管理体制 (Governance)
1.廃棄物の削減・リサイクル	1.労務環境（残業削減・有給休暇取得促進など）への対応	1.コンプライアンスの遵守
2.温室効果ガスの排出量の削減	2.多様な働き方（時間・場所・雇用形態・兼業など）への対応	2.会社全体の業務を可視化
3.水やエネルギーの効率的利用	3.多様性（ダイバーシティ）の促進	3.社内ルールの明確化と周知
4.商品の環境面での付加価値訴求	4.安全・衛生的な職場環境の整備	4.適切な情報開示
5.サーキュラーエコノミーの推進	5.地域の発展に貢献する活動	5.お客様満足度向上への対応

Ⅲ. SDGsへの取り組みについて

問 1. 貴社におけるSDGsの認知度と取り組み状況について、該当する選択肢1つに○を付けてください。

1. SDGsに基づいた取り組みを既に実施している	⇒ <u>問 2-1 へ</u>
2. SDGsに基づいた取り組みを検討している	⇒ <u>問 2-1 へ</u>
3. SDGsの内容は知っているが、特に対応する予定はない	⇒ <u>問 5 へ</u>
4. SDGsという言葉は聞いたことがあるが、内容は知らない	⇒ <u>問 6 へ</u>
5. SDGsについて全く知らない	⇒ <u>問 6 へ</u>

(問1で「1」「2」と回答した方にお伺いします。)

問 2-1. 事業活動として取り組む(予定含む)SDGs のゴールについて、該当する選択肢すべてに☑を付けてください。

ゴール	参考:取り組み例	チェック
	貧困撲滅の一環として、社員と家族を守るために安定した賃金水準の確保や社会保障制度への加入に取り組んでいる	☐
	飢餓撲滅の一環として、災害時の水・食料の確保や生活面でのフードロス削減教育に取り組んでいる	☐
	健康と福祉提供の一環として、健康診断や継続的な運動を推奨し、健康経営への取組や過重労働の予防に取り組んでいる	☐
	質の高い教育の一環として、インターンシップの実施、研修や教育制度の充実、生涯学習の推進に取り組んでいる	☐
	ジェンダーフリーの一環として、女性の活躍を促進し、妊娠・出産・育児・介護に配慮した労働環境の整備に取り組んでいる	☐
	安全な水と衛生確保の一環として、水の大切さを理解し、節水の啓蒙や廃水の適正処理、再資源化に取り組んでいる	☐
	エネルギー有効活用の一環として、省エネ型機器の導入や、再生可能エネルギーの利用などに取り組んでいる	☐
	働きがいと経済成長実現の一環として、雇用の創出やキャリアプランの明確化、業務改善や経営革新に取り組んでいる	☐
	産業と技術革新の基盤づくりの一環として、DXの推進や、技術向上教育、技術革新のための産学官などの連携に取り組んでいる	☐

ゴール	参考:取り組み例	チェック
	人や国の不平等をなくす一環として、一人親世帯、外国人、障害者などについて、雇用条件などの格差がないように取り組んでいる	☐
	住み続けられるまちづくりの一環として、社会貢献活動への取り組みや、地域社会への参画、防災活動に取り組んでいる	☐
	つくる責任、つかう責任認識の一環として、資源やエネルギーの有効活用や、リデュース・リユース・リサイクルなどに取り組んでいる	☐
	気候変動対策の一環として、エコ製品の活用や、電気自動車の利用、環境教育、自然災害の防災対策などに取り組んでいる	☐
	海の豊かさを守る一環として、汚染物質の排出防止や、マイクロプラスチックの削減のためにリサイクルや分別廃棄に取り組んでいる	☐
	陸の豊かさを守る一環として、緑化に配慮し、生物多様性の維持と自然環境保護を念頭に入れた事業活動の構築に取り組んでいる	☐
	平和と公正を広める一環として、コンプライアンスを重視し、ハラスメントや特殊詐欺などの撲滅に取り組んでいる	☐
	パートナーシップで目標を達成するために、取引先などステークホルダーと連携して持続可能な社会の実現を目指している	☐

問 2-2. 前問(問 2-1)での該当する項目について、具体的な取り組み事例があれば、主な取り組みを最大 5 つまでお答えください。なお、ゴールについては、該当と思われる全ての No. をご記入ください。(直接記入)

	ゴール NO.	具体的事例
記入例	2	自社の製品製造過程で排出する食品廃棄量を〇年間で〇%削減する為、部署間を越えたチームを特設し、対策を講じている。
記入例	3	「健康経営優良法人」の認定を受けており、保健師を配置し個別指導及び広報活動により社員の健康増進に取り組んでいる。

問 3. 事業活動としてSDGsに取り組もうと思ったきっかけについて、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 経営戦略の一つとして取り組むため 2. 社外からの要請があったため(親会社や取引先から求められた等) 3. その他()

問 4. 事業活動としてSDGsに取り組むにあたって、期待される効果について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 取引の拡大(新規開拓含む) 2. 売上高や利益の増加 3. ブランドイメージの強化 4. 競合他社との差別化 5. 新商品・新サービス開発	6. 従業員の意識改革・モチベーション向上 7. 人材採用活動への好影響 8. 経営方針の明確化 9. 地域活性化への取り組み強化 10. 資金調達など金融面での優遇	11. 補助金や助成金の採択増加、表彰等のノミネートが増加 12. その他 () 13. 特にない
--	---	--

⇒ 回答後、問 6 へ

(問1で「3」と回答した方にお伺いします。)

問 5. 事業活動としてSDGsに取り組んでいない理由や課題について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. 社会的な認知度が高まっていない 2. 社内での理解度が十分でない 3. 取り組むメリットがわからない 4. 何から取り組んでいいかわからない 5. 具体的な目標・KPI の設定の仕方がわからない 6. 取り組みについて相談できる人・場所がない	7. 人手の不足 8. 資金の不足 9. 自社の事業活動とは関わりがない又は薄い 10. わからない 11. その他 ()
---	--

問 6. 事業活動としてSDGsに取り組むための有効な支援内容について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

1. SDGs取り組み企業に対する認定制度導入	6. SDGsに取り組む際に受けられる補助金、投融資制度
2. SDGs取り組み企業に対する情報発信 (PR等広報支援など)	7. SDGs自体の社会認知度向上
3. SDGs関連セミナーの実施(啓発、情報提供など)	8. 相談窓口の充実
4. SDGsを活用したビジネスのノウハウなどの習得	9. わからない
5. SDGsをテーマにしたビジネスマッチング	10. その他()

経済環境の変化、脱炭素をふくめ、相談先（支援先）について、該当する選択肢すべてに○を付けてください。

コロナ・原材料高等	環境・脱炭素	SDGs
1. 診断士・税理士・社労士等	1. 診断士・税理士・社労士等	1. 診断士・税理士・社労士等
2. コンサルタント	2. コンサルタント	2. コンサルタント
3. 専門機関・団体	3. 専門機関・団体	3. 専門機関・団体
4. 同業者	4. 同業者	4. 同業者
5. 取引先・親会社	5. 取引先・親会社	5. 取引先・親会社
6. 商工会議所・商工会	6. 商工会議所・商工会	6. 商工会議所・商工会
7. 金融機関	7. 金融機関	7. 金融機関
8. 公的機関	8. 公的機関	8. 公的機関
9. 相談相手はいない	9. 相談相手はいない	9. 相談相手はいない
10. その他()	10. その他()	10. その他()

その他、ご意見、ご要望等がありましたら、ご自由にご記入ください。

--

今後、ご回答いただいた内容をもとに、記載いただいた本人様に、メールまたは電話にて問い合わせをさせていただきます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。

2022年度 アフターコロナ・ウィズコロナに向けた事業所動向に関する調査報告書

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 (直通)

F A X : 079-288-0047

U R L : <https://www.himeji-cci.or.jp/>