



2022 年 5 月 31 日

「2022 年度上期経営者アンケートの調査結果(22 年 4 月調査)」

株式会社ひろぎんホールディングス（社長 部谷 俊雄）は、「2022 年度上期経営者アンケートの調査結果(22 年 4 月調査)」をとりまとめましたので、お知らせいたします。

以 上

本件に関するお問い合わせ先
株式会社ひろぎんホールディングス 経済産業調査部
TEL (082) 245-5151 (代表)

2022 年度上期経営者アンケートの調査結果（22 年 4 月調査）

はじめに

㈱ひろぎんホールディングス経済産業調査部では今年 4 月、㈱広島銀行の会員組織「ひろぎんカレントクラブ」の会員企業 2,000 社を対象とした「経営者アンケート」を実施した。

今回調査では、企業の経営状況や経営課題等に加えて、原材料価格高騰の影響、2050 年カーボンニュートラルにかかる取組スタンス等について調査した。

要 約

I. 企業経営の状況

最近の経営状況 DI は▲15.3%ポイントと 21 年 10 月調査(▲20.3%ポイント)から改善した。ただし、22 年 10 月の見通しは▲22.4%ポイントと現状から悪化する見通しで、慎重な見方となっている。ロシアによるウクライナ侵攻や急激な円安が原材料価格等の高騰に拍車をかけ、業績の先行きが不透明であることがその背景として考えられる。

II. 原材料価格の高騰

最近の「原材料価格の高騰」について、9 割近くの企業が「マイナスの影響がある」と回答した。このうち、原材料価格の上昇分を価格転嫁していない企業が 4 割台半ばを占め、価格転嫁した企業においても 100%転嫁した割合は 15%程度にとどまっており、今後業績がさらに下振れる可能性がある。

III. カーボンニュートラルへの取り組み

「2050 年カーボンニュートラル」を「コスト負担の増大」と捉える企業は多いが、取り組みに積極的なスタンスの企業では、「新たな成長分野開拓のチャンス」と捉える割合も高い。また、そうした取組スタンスによって求められる支援は異なるとみられる。カーボンニュートラルに向けた道筋が示されるとともに、支援環境や支援体制が整えられていくことが重要である。

【調査概要】

○対象企業

「ひろぎんカレントクラブ」会員企業のうち
広島県内企業（県外企業の出先事業所を含む）2,000 社

○調査時期

2022 年 4 月初旬～中旬

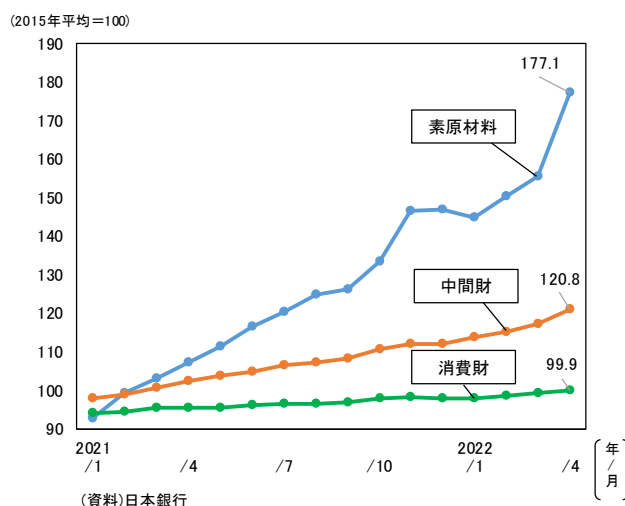
○調査方法

アンケート調査票を郵送し、郵送・FAX により回収

○有効回答企業

601 社（製造業 204 社、非製造業 397 社）
有効回答率…30.1%

【企業物価指数(国内需要財別)】



I. 企業経営の状況

1. 最近の経営状況

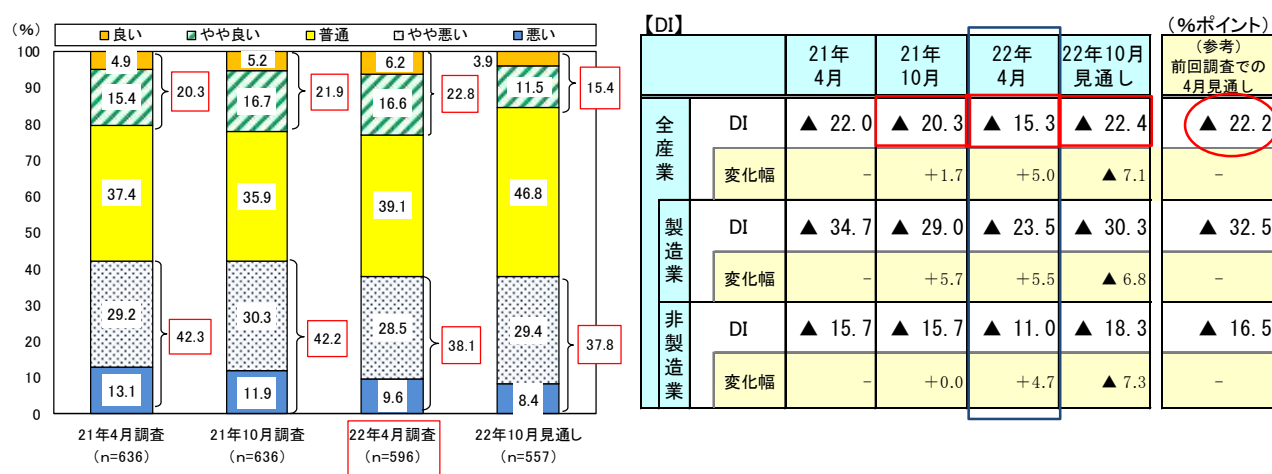
改善するも慎重な見方が続く

最近の経営状況（22年4月）は、「良い」と「やや良い」を合わせた割合が22.8%、「悪い」と「やや悪い」を合わせた割合は38.1%、D I（※）は▲15.3%ポイント（以下、数値のみ表示）と、前回10月調査（▲20.3）から改善した（図表1）。

しかし、6ヵ月程度先（▲22.4）については、製造業（▲30.3）、非製造業（▲18.3）ともマイナス幅が拡大し、慎重な見方がなされている。

（※）D I（Diffusion Index）＝「良い＋やや良い」企業割合－「悪い＋やや悪い」企業割合

図表1 自社の経営状況（社数構成比とD I）



製造業のD Iは、需要堅調な一般機械（16.7、21年10月比+31.0）が大きく改善し、6ヵ月程度先もプラスを維持する見込みであるが、部品不足等により生産に制約を受けている自動車関連（▲70.8、22年10月▲66.7）の大幅マイナスが続くほか、その他の業種も総じて厳しい状況が続く見通しである（図表2）。

図表2 製造業の経営状況D I

(単位: 社、%ポイント)

	21年10月		22年4月			22年10月見通し		
	社数	DI	社数	DI	10月比	社数	DI	4月比
製造業計	227	▲ 29.0	204	▲ 23.5	+5.5	195	▲ 30.3	▲ 6.8
食料品	46	▲ 23.9	39	▲ 33.2	▲ 9.3	37	▲ 21.6	+11.6
繊維・衣服	16	▲ 62.4	13	▲ 61.5	+0.9	12	▲ 75.0	▲ 13.5
木材・家具	14	0.0	13	▲ 7.7	▲ 7.7	12	▲ 16.7	▲ 9.0
化学	5	▲ 20.0	3	▲ 66.7	▲ 46.7	3	▲ 33.2	+33.5
鉄鋼・金属	20	▲ 5.0	24	0.0	+5.0	24	▲ 25.0	▲ 25.0
一般機械	21	▲ 14.3	18	16.7	+31.0	17	11.8	▲ 4.9
電気機械	5	▲ 80.0	6	▲ 50.0	+30.0	5	▲ 40.0	+10.0
自動車関連	31	▲ 61.2	24	▲ 70.8	▲ 9.6	24	▲ 66.7	+4.1
造船	8	▲ 25.0	4	▲ 25.0	+0.0	4	▲ 25.0	+0.0
その他製造業	61	▲ 24.6	60	▲ 10.1	+14.5	57	▲ 28.0	▲ 17.9

非製造業のD Iは、医療・介護(▲12.5、21年10月比▲27.9)と小売(▲34.2、同▲0.2)を除き改善がみられたが、6ヵ月程度前は全ての業種でマイナスとなっている(図表3)。

なお、運輸・倉庫では海運・陸運・旅客で大きなバラツキがみられる点、コロナ禍で厳しい状況が続く宿泊・飲食では先行き大幅な改善(▲10.0、22年4月比+60.0)を見込む点が注目される。

図表3 非製造業の経営状況D I

(単位:社、%ポイント)

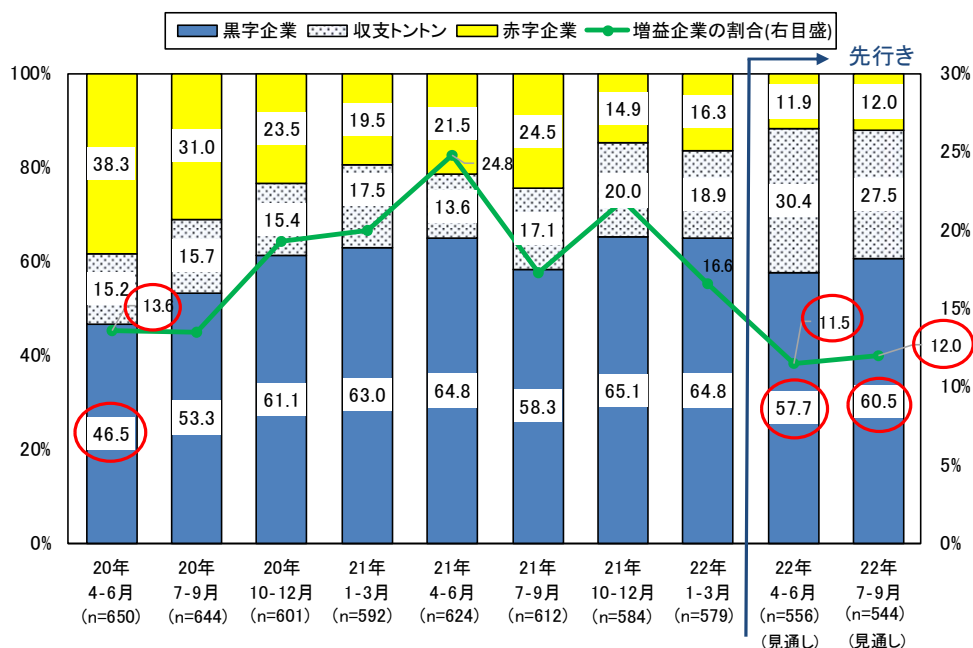
	21年10月		22年4月			22年10月見通し		
	社数	DI	社数	DI	10月比	社数	DI	4月比
非製造業計	409	▲ 15.7	392	▲ 11.0	+4.7	362	▲ 18.3	▲ 7.3
建設	104	3.9	91	9.9	+6.0	84	▲ 6.0	▲ 15.9
卸売	80	▲ 33.7	93	▲ 23.7	+10.0	83	▲ 33.7	▲ 10.0
小売	50	▲ 34.0	41	▲ 34.2	▲ 0.2	38	▲ 28.8	+5.4
運輸・倉庫	44	▲ 40.9	39	▲ 33.2	+7.7	39	▲ 28.2	+5.0
うち海運	10	▲ 10.0	11	0.1	+10.1	11	0.0	▲ 0.1
うち陸運	21	▲ 38.0	22	▲ 36.4	+1.6	21	▲ 23.8	+12.6
うち旅客	10	▲ 100.0	5	▲ 100.0	+0.0	6	▲ 100.0	+0.0
情報関連サービス	19	▲ 5.3	22	▲ 4.5	+0.8	22	▲ 9.1	▲ 4.6
医療・介護	13	15.4	8	▲ 12.5	▲ 27.9	6	▲ 16.7	▲ 4.2
不動産	23	0.0	24	4.2	+4.2	22	▲ 9.1	▲ 13.3
宿泊・飲食	8	▲ 75.0	10	▲ 70.0	+5.0	10	▲ 10.0	+60.0
その他非製造業	68	▲ 1.5	64	7.9	+9.4	58	▲ 8.7	▲ 16.6

2. 企業業績

先行き、増益企業の割合は20年のコロナ拡大時を下回る見込み

経常利益は、新型コロナウイルス感染拡大の影響を大きく受けた20年4-6月は、黒字企業の割合が46.5%と半数を下回ったが。その後、緩やかに回復し、第5波がみられた21年7-9月を除いて60%台半ばで推移した(図表4)。しかし、22年4-6月以降は黒字企業の割合が再び低下し、増益企業の割合は1割程度と、20年4-6月を下回る見込みである。

図表4 経常利益の実績と見通し(前年同期比)

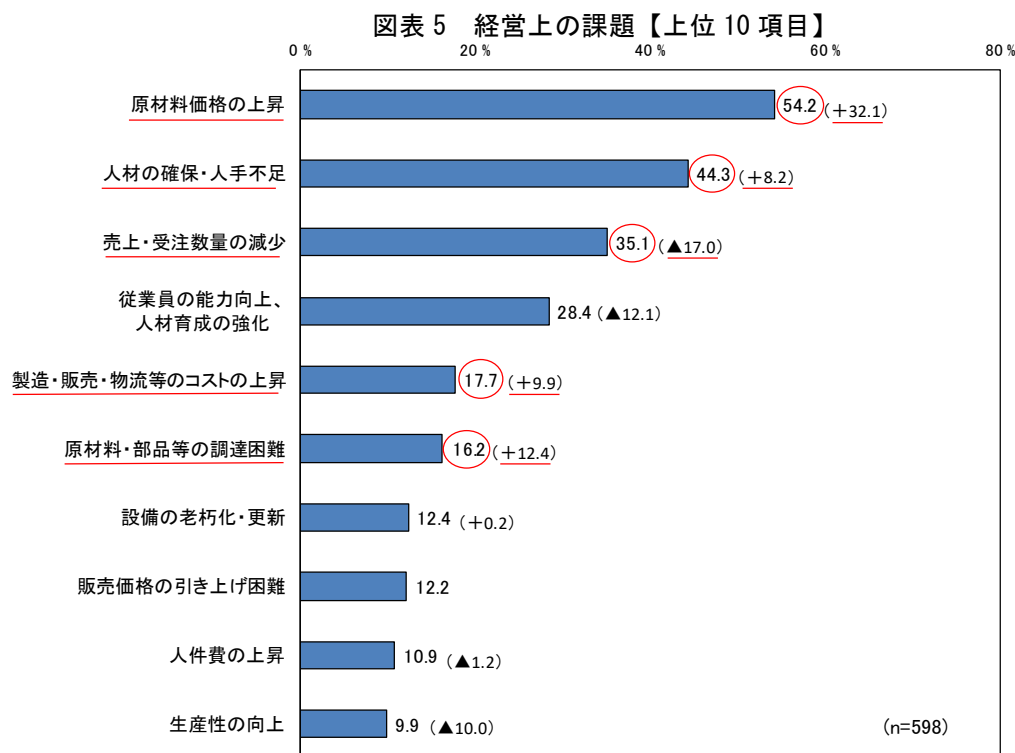


3. 経営上の課題

「原材料価格の上昇」が最大の懸念材料

最近の経営上の課題として「原材料価格の上昇」を挙げる割合が54.2%と5割を超えて最も多く、次いで「人材の確保・人手不足」(44.3%)、「売上・受注数量の減少」(35.1%)等となっている(図表5)。

前年調査との比較では、「売上・受注数量の減少」(21年4月比▲17.0%ポイント)等の割合が低下する一方、「原材料価格の上昇」(同+32.1%ポイント)のほか、「原材料・部品等の調達困難」、「製造・販売・物流等のコストの上昇」の割合が大きく上昇し、「人材の確保・人手不足」(19年10月:53.4%→20年10月:35.1%)を挙げる割合も再び上昇しつつある。



(注1)複数回答3項目まで、括弧内の数値は21年4月調査比

(注2)「販売価格の引き上げ困難」は21年度下期調査からの項目

「経営上の課題」上位3項目について、製造業・非製造業別に、回答割合の高い3業種をまとめたのが次頁図表6である。

(1) 原材料価格の上昇

製造業ではウッドショック以降、木材価格の高騰が続く木材・家具(92.3%)のほか鉄鋼・金属、繊維・衣服が、非製造業では資材価格の高騰が顕著な建設(60.9%)のほか宿泊・飲食、運輸・倉庫が上位を占めた。

(2) 人材の確保・人手不足

製造業では需要堅調な一般機械(44.4%)のほか自動車関連、木材・家具が、非製造業では従来から人手不足が深刻な建設(72.8%)のほか、情報関連サービス、宿泊・飲食で高い割合を占めた。

(3) 売上・受注数量の減少

製造業ではコロナ禍で需要が伸び悩む繊維・衣服(76.9%)と、半導体など部品不足に伴い生産が停滞する自動車関連(75.0%)で特に高い割合を占め、非製造業ではコロナ感染拡大の影響を大きく受ける宿泊・飲食(60.0%)のほか、小売、運輸・倉庫で高い割合を占めた。

図表 6 自社の経営上の課題【上位 3 項目・業種別】

(単位: %)

		原材料価格の上昇		人材の確保・人手不足		売上・受注数量の減少	
製造業	1	木材・家具	92.3	一般機械	44.4	繊維・衣服	76.9
	2	鉄鋼・金属	83.3	自動車関連	41.7	自動車関連	75.0
	3	繊維・衣服	76.9	木材・家具	38.5	木材・家具	38.5
非製造業	1	建設	60.9	建設	72.8	宿泊・飲食	60.0
	2	宿泊・飲食	60.0	情報関連サービス	59.1	小売	48.8
	3	運輸・倉庫	57.5	宿泊・飲食	50.0	運輸・倉庫	40.0

(注1) 複数回答3項目まで

(注2) 回答社数が10社以上の業種

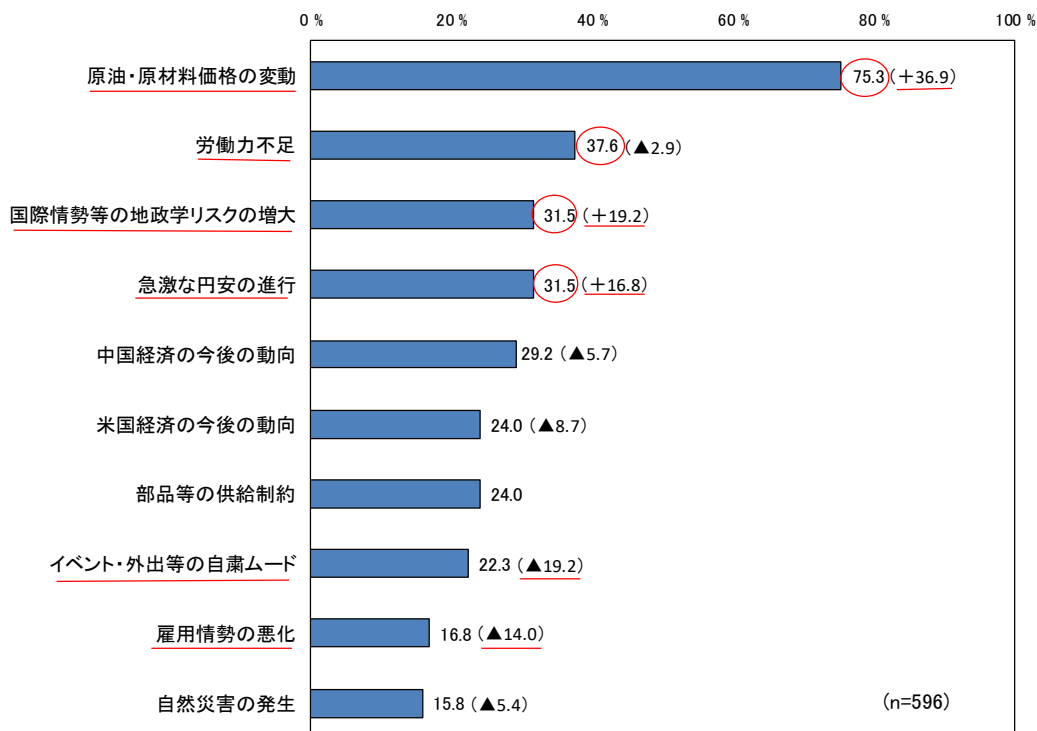
4. 経営を取り巻く懸念材料

「原油・原材料価格の変動」が4分の3を占める

22 年度上期の経営を取り巻く懸念材料としては、「原油・原材料価格の変動」を挙げる割合が 75.3% と 4 分の 3 を占めて最も多く、次いで「労働力不足」(37.6%) 等の順となっている(図表 7)。

前年調査との比較では、「原油・原材料価格の変動」(21 年 4 月比+36.9%ポイント)のほか、「国際情勢等の地政学リスクの増大」や「急激な円安の進行」を挙げる割合が大きく上昇しており、最近の国際情勢を強く反映した結果となっている。一方、「イベント・外出等の自粛ムード」や「雇用情勢の悪化」を挙げる割合は大きく低下している。

図表 7 経営を取り巻く懸念材料【上位 10 項目】



(注 1) 複数回答 5 項目まで、括弧内の数値は 21 年 4 月調査比

(注 2) 前年調査では「労働力不足」は「人口減少に伴う労働力不足」、「急激な円安の進行」は「為替相場の急激な変動」。

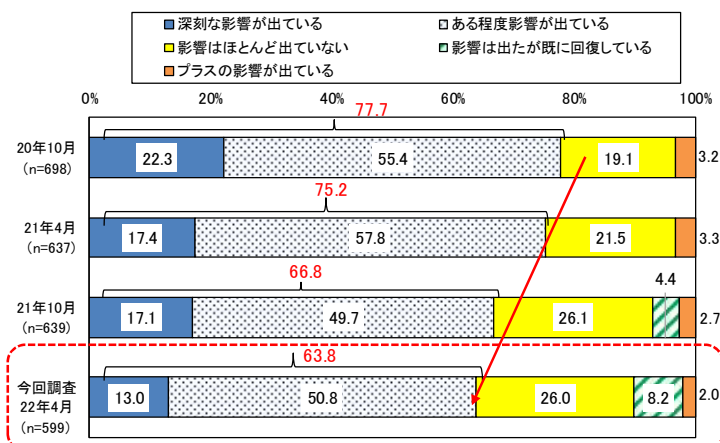
「部品等の供給制約」は今回調査からの項目である。

新型コロナの経営への影響

22年入り後の新型コロナウイルス感染拡大（第6波）の経営への「影響が出ている」とする割合は63.8%と6割超を占め、このうち「深刻な影響が出ている」は13.0%であった（図表8）。

コロナの経営への影響を挙げる割合は引き続き高いものの徐々に低下し、「影響はほとんど出ていない」、あるいは「既に回復している」とする割合は上昇傾向にある。

図表8 新型コロナの経営への影響



（注）20年10月、21年4月調査では「影響は出たが既に回復している」の選択項目は設定していない。

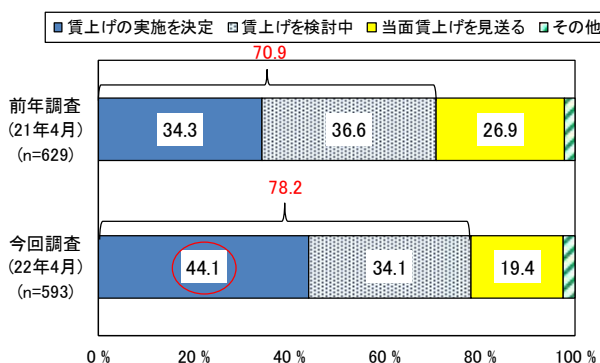
賃上げの実施状況

22年度の正社員の賃上げについて、「実施を決定」した企業の割合は44.1%と前年調査（34.3%）から大きく上昇し、「賃上げを検討中」を合わせれば8割近くに達している（図表9）。

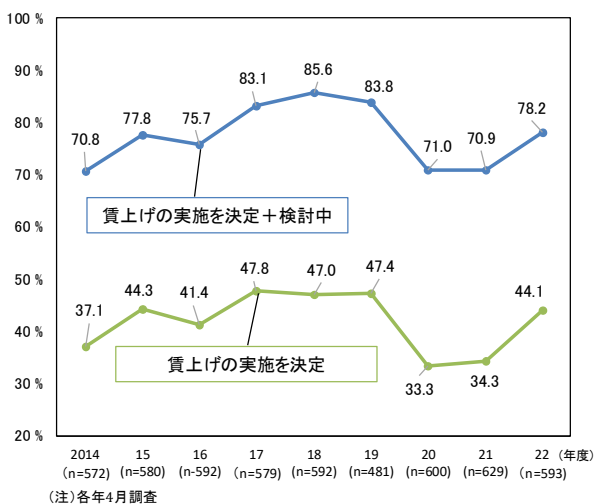
過去からの推移でみると、「実施を決定」した企業の割合は20年度・21年度は14年度を下回る水準に大きく低下したが、22年度は上昇に転じている（図表10）。

ただし、コロナ影響が残る中、原材料価格高騰など先行きの不透明感は強く、17～19年度の水準までには達していない。

図表9 正社員の賃上げの実施状況



図表10 賃上げの実施・検討状況の推移



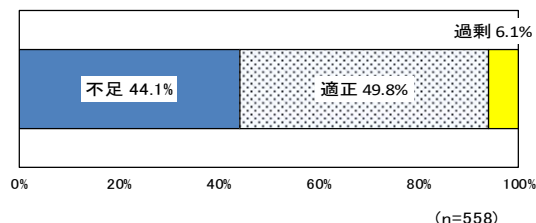
（注）各年4月調査

従業員の採用実績と計画

(1) 従業員の過不足状況

最近の自社の従業員数について、「不足」とする割合は44.1%と、「過剰」(6.1%)を大きく上回っており、経済が正常化に向かう中で、人手不足が再び深刻化しつつある状況が窺える(図表11)。

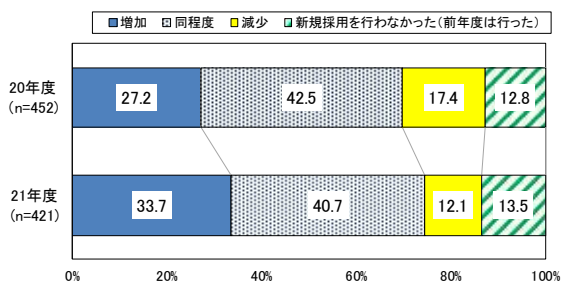
図表 11 従業員の過不足の状況



(2) 2021 年度の採用実績

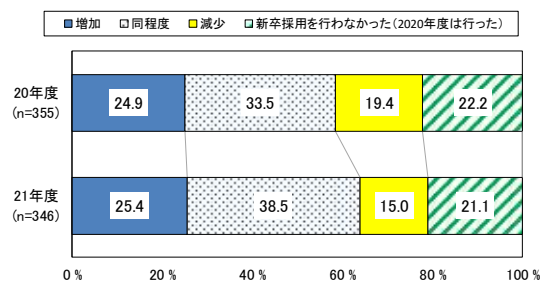
21年度の正社員の採用(21年4月～22年3月の採用決定、22年4月の新卒入社を含む)が前年度実績から「増加」した割合は33.7%と、前年調査(27.2%)から上昇した(図表12)。ただし、新卒社員は「減少」の割合が低下したものの、「増加」の割合は横這いであった(図表13)。

図表 12 正社員の採用実績【前年度比】

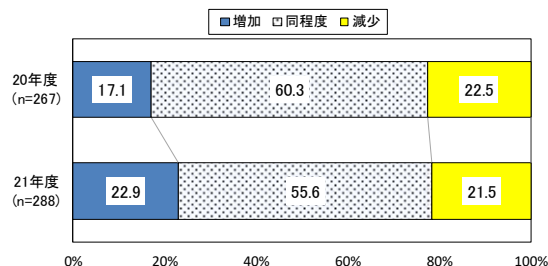


(注)「前年度に続き採用なし」を除く(以下同様)

図表 13 新卒社員の採用実績【前年度比】



図表 14 非正規社員の採用実績【前年度比】

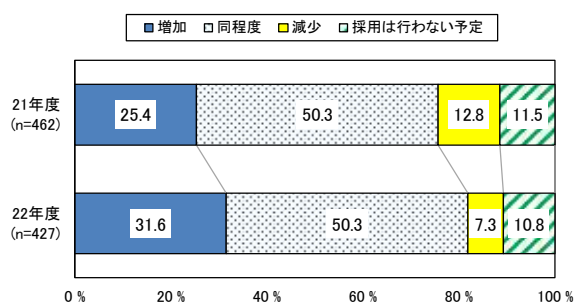


なお、21年度の非正規社員の採用(21年4月～22年3月の採用決定)が前年度実績から「増加」した割合は22.9%と、正社員全体と同様に、前年調査(17.1%)から上昇している(図表14)。

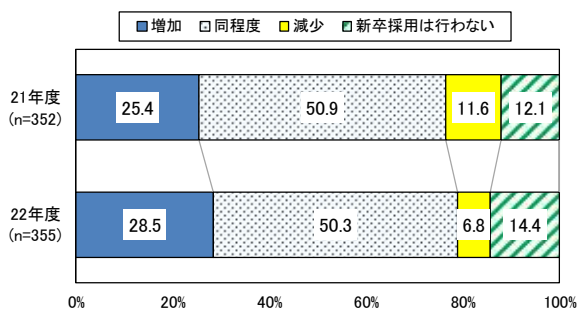
(3) 2022 年度の採用計画

22年度の正社員の採用計画は、前年度計画から「増加」した割合が31.6%(前年調査25.4%)と上昇しており、新卒社員についても同様である(図表15・16)。ただし、上記の従業員の不足状況を勘案すれば、「増加」させるとする割合は低い。

図表 15 正社員の採用計画【前年度計画比】



図表 16 新卒社員の採用計画【前年度計画比】



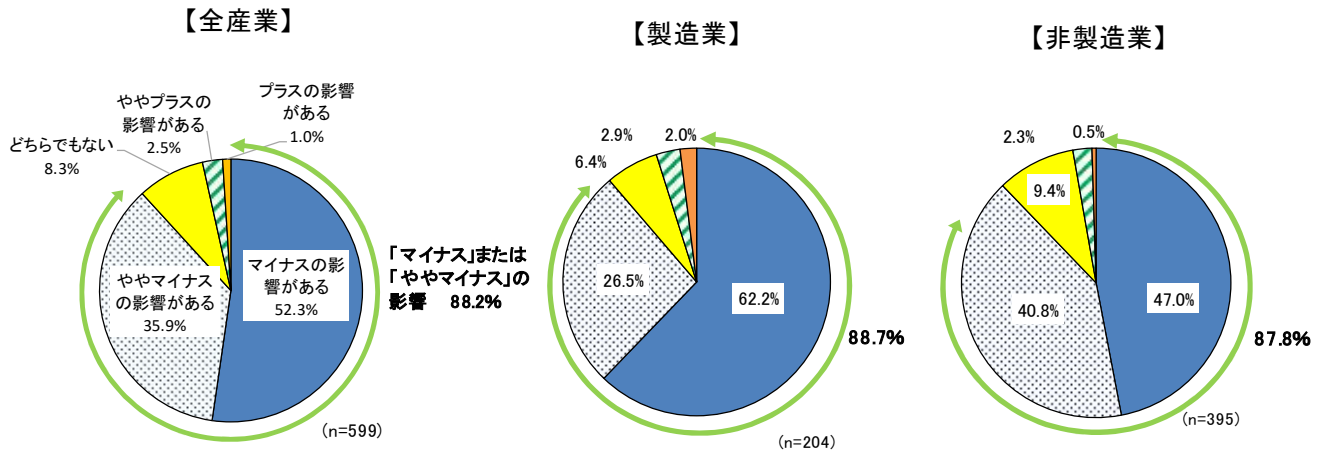
Ⅱ. 原材料価格の高騰について

1. 経営への影響

原材料価格の高騰は9割近くの企業に影響

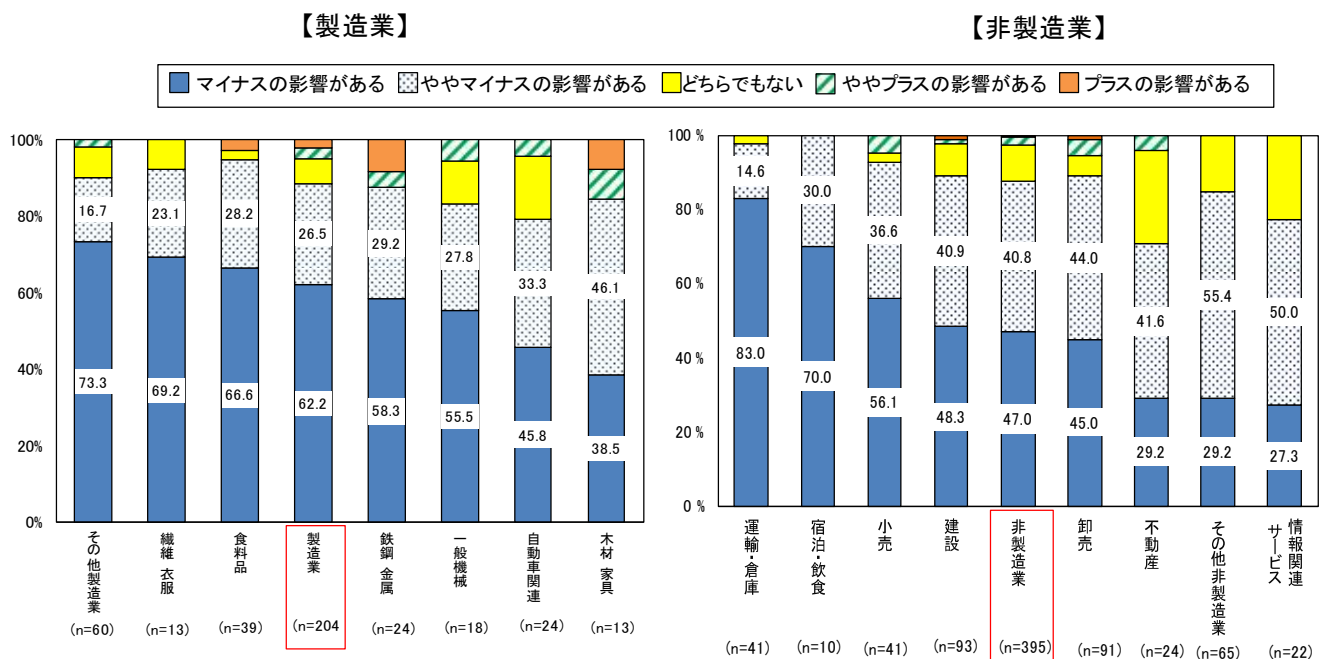
最近の原材料価格の高騰について、自社の経営に「マイナスの影響がある」(52.3%) および「ややマイナスの影響がある」(35.9%) とした企業の割合は、合わせて9割近くに達した(図表 17)。「マイナスの影響がある」の割合は、製造業(62.2%)が非製造業(47.0%)よりも高い。

図表 17 原材料価格高騰の影響



「マイナスの影響がある」とする企業の割合を業種別にみると、製造業では「繊維・衣服」(69.2%)や「食料品」(66.6%)、非製造業では「運輸・倉庫」(83.0%)、「宿泊・飲食」(70.0%)、小売(56.1%)、建設(48.3%)で平均を上回っている(図表 18)。

図表 18 原材料価格高騰の影響(業種別)



2. 価格転嫁の状況

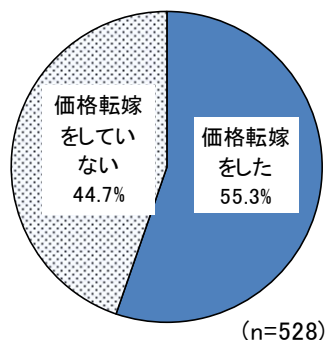
「価格転嫁をしていない」が45%

(1) 価格転嫁の有無

原材料価格の高騰が経営に「(やや) マイナスの影響がある」とした企業のうち、「価格転嫁を実施した」企業は55.3%、「価格転嫁をしていない企業」は44.7%であった(図表19)。また、原材料価格の上昇分を100%販売価格に上乗せできている企業は14.7%にとどまっている(図表20)。

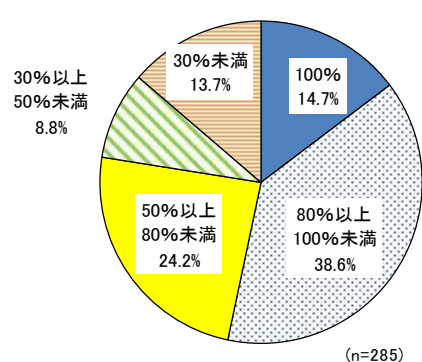
このように、大多数の企業は原材料価格の上昇を十分に販売価格に転嫁ができていない、あるいは転嫁が遅れていることから、今後、業績がさらに下押しされる可能性がある。

図表19 価格転嫁の有無



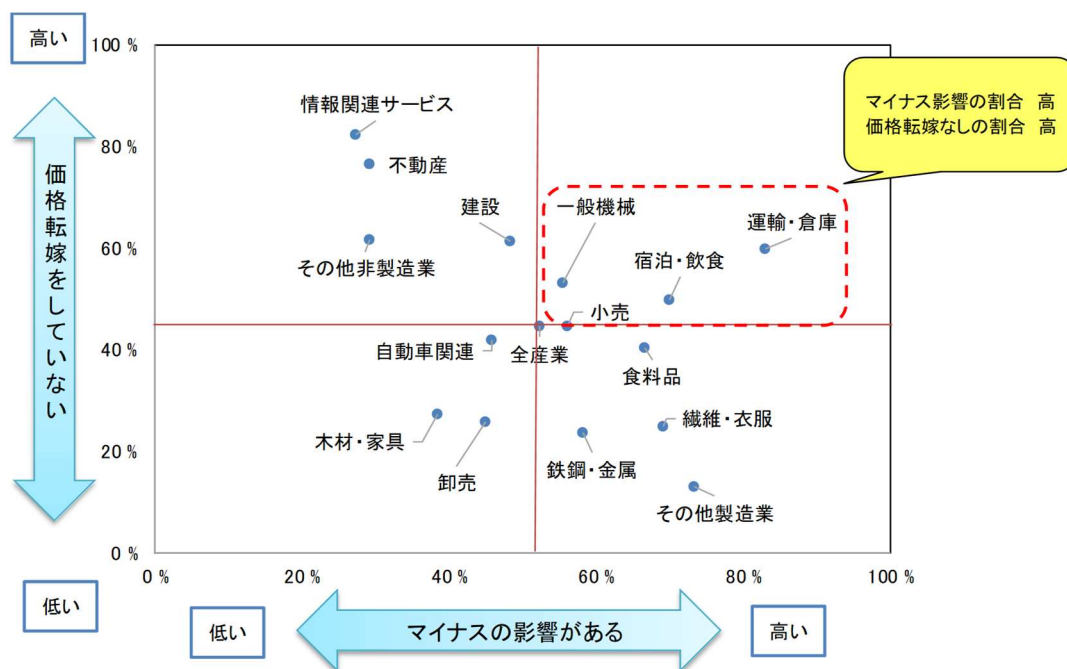
(注)社数ベース

図表20 原材料価格上昇のカバー率



なお、業種別に、原材料価格の高騰について「マイナスの影響がある」とする企業の割合を横軸、「価格転嫁をしていない」企業の割合を縦軸にとった散布図でみると、運輸・倉庫や宿泊・飲食等で「マイナスの影響がある」を挙げる割合が高いにもかかわらず、「価格転嫁をしていない」割合が高い(図表21)。

図表21 原材料価格の高騰の影響と価格転嫁の有無の関係

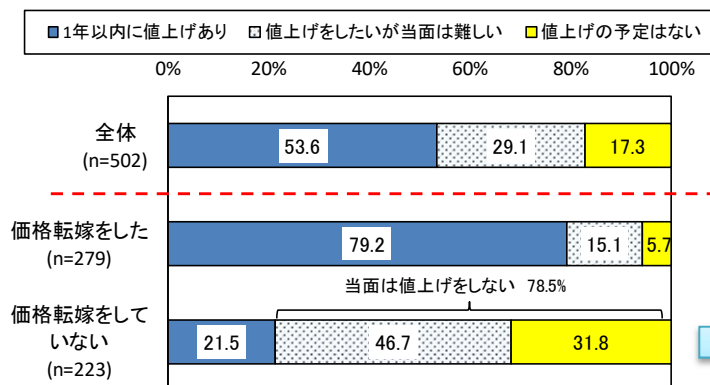


(2) 今後の価格転嫁の予定

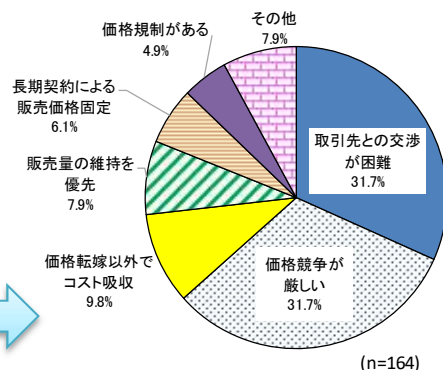
今後については、5割以上の企業が「値上げを1年以内に行う予定」と回答している（図表22）。今回調査時点で「価格転嫁をした」企業では、約8割が「値上げ予定」であるのに対し、「価格転嫁をしていない」企業では、逆に約8割が「当面は値上げをしない」としており、その半数以上が「値上げしたいが難しい」としている。

因みに、値上げしない理由として、「取引先との交渉が困難」（31.7%）および「価格競争が厳しい」（31.7%）を挙げる企業が最も多い（図表23）。

図表22 今後の価格転嫁の予定



図表23 値上げしない（できない）理由



(注)今回調査時点で値上げしていない企業が当面値上げを行わない理由

3. 円安の影響について

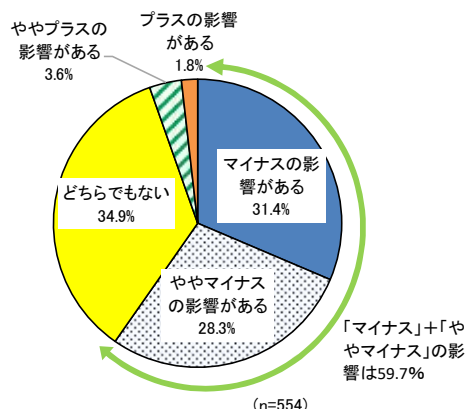
「マイナス影響がある」企業は約6割

F R B (米国連邦準備制度理事会)の金融引き締めを受けて、今年4月終わりにはドル円は1ドル＝130円台に大幅に下落した。

こうした急激な円安が収益に対し「(やや) マイナスの影響がある」とした企業は59.7%と、6割近くに達し、「(やや) プラスの影響がある」とした企業（5.4%）を大きく上回った（図表24）。

業種別には、「木材・家具」、「小売」、「繊維・衣服」など内需型業種で「(やや) マイナスの影響がある」とする割合が特に高いが、一般機械や自動車関連等の外需型企業においても「(やや) プラスの影響」の割合は「(やや) マイナスの影響」の割合を大きく下回っており、多くの企業で業績が下押しされている状況が窺える（図表25）。

図表24 円安の影響



図表25 円安影響を挙げる割合が高い業種【マイナス・プラス別、上位3業種】

(単位:社数、%)				
	マイナスの影響		プラスの影響	
	業種	割合	業種	割合
1	木材・家具	100.0	一般機械	27.8 (44.5)
2	小売	81.6	自動車関連	20.8 (33.3)
3	繊維・衣服	75.0	鉄鋼・金属	13.0 (56.6)

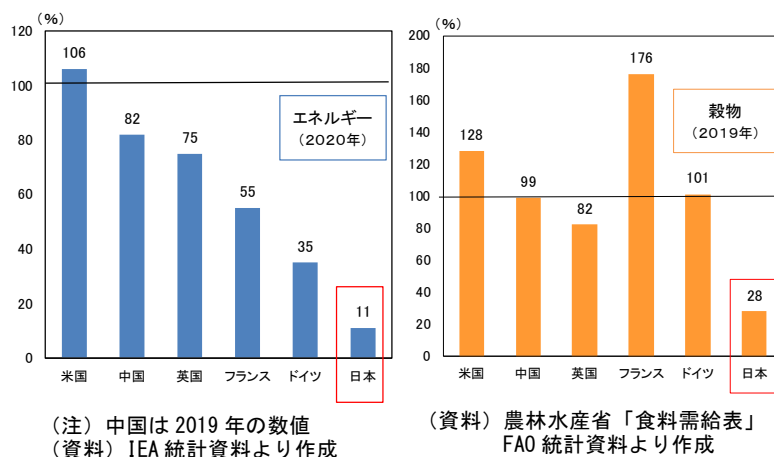
(注1)括弧内の数値は当該業種の「(やや) マイナスの影響」を挙げる割合
(注2)回答社数が10社以上の業種

主要国のエネルギー・穀物自給率

主要国のエネルギーおよび穀物の自給率をみると、米国はともに 100%を超えているのに対し、日本はエネルギーで 11%、穀物で 28%と、その大半を輸入に頼っている（図表 26）。

資源エネルギーや穀物等の国際商品市況が高騰する中での急激な円安進行により、企業のコストアップに拍車がかかっている状況である。

図表 26 主要国のエネルギー・穀物自給率



ロシアのウクライナ侵攻の影響

（1）回答企業の属性

当アンケートの回答企業にロシア、ウクライナとのビジネス関係について尋ねたところ、9 割の企業が「関係はない」と回答し、仕入先や販売先があるなど、何らかの関係がある企業は 1 割程度であった（図表 27）。

図表 27 ロシア、ウクライナとのビジネス関係

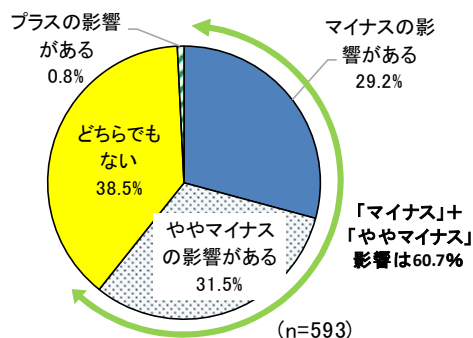
ビジネス関係	割合(%)
ビジネス関係はない	90.6
仕入先がある	3.5
販売先がある	2.3
工場、製造拠点がある	0.3
店舗、販売拠点がある	0.2
営業所がある	0.2
その他(親会社の仕入先等)	4.0

（注）複数回答

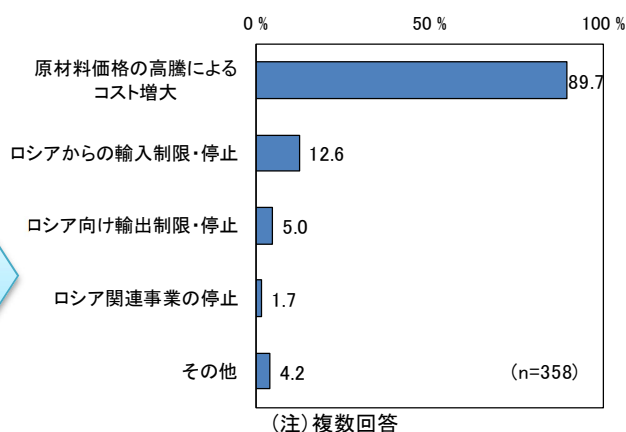
（2）自社の経営への影響

ロシアのウクライナ侵攻を受けて「(やや) マイナスの影響がある」とした企業は約 6 割を占めたが、これら企業のうち、マイナス影響として「原材料価格の高騰によるコスト増大」を挙げる割合は約 9 割に達した（図表 28・29）。なお、卸売、小売を中心に、1 割強の企業が「ロシアからの輸入制限・停止」（12.6%）を挙げている。

図表 28 ロシアのウクライナ侵攻の
自社への影響



図表 29 マイナス影響の内容



Ⅲ. カーボンニュートラル（CN）への取り組みについて

1. CNの捉え方と取組スタンス

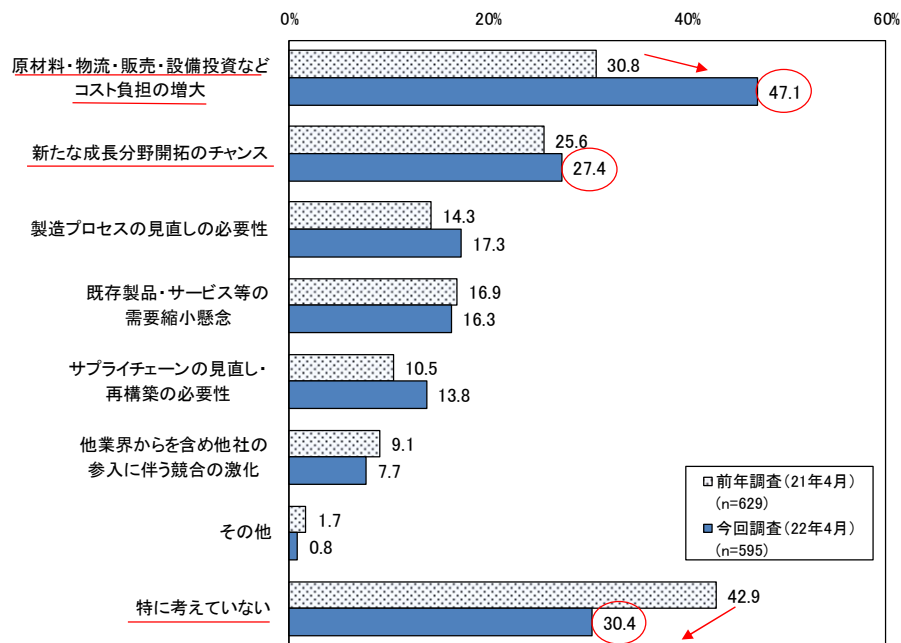
CNを「コスト負担の増大」と捉える割合は5割近くに上昇

（1）CNの捉え方

CNをどのように捉えているか尋ねたところ、「原材料・物流・販売・設備投資などコスト負担の増大」を挙げる割合が47.1%と最も高く、次いで「新たな成長分野開拓のチャンス」(27.4%)、「製造プロセス見直しの必要性」(17.3%)等の順となっている（図表30）。

前年調査(21年4月)との比較では、「原材料・物流・販売・設備投資などコスト負担の増大」(30.8%→47.1%)が特に上昇している。また、「特に考えていない」(42.9%→30.4%)とする割合は大きく低下している。

図表30 CNの捉え方



(注)複数回答3項目まで

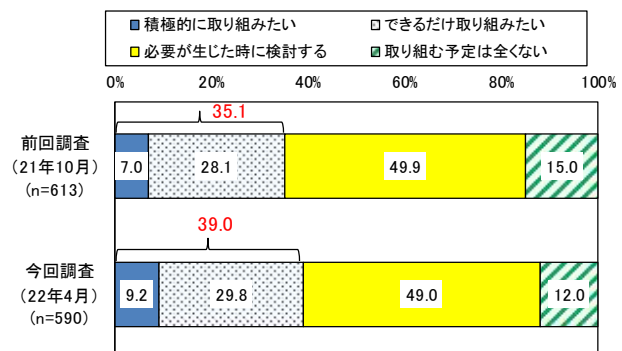
（2）CNへの取組スタンス

CNに対する取組スタンスは、「必要が生じた時に検討する」とする割合が49.0%と5割近くを占めている（図表31）。

ただし、「積極的に取り組みたい」とする企業(9.2%)と「できるだけ取り組みたい」とする(29.8%)企業の割合は、小幅ながら前回調査(21年10月)から上昇し、合わせて39.0%となった。

なお、「取り組む予定はない」とする割合は12.0%とやや低下した。

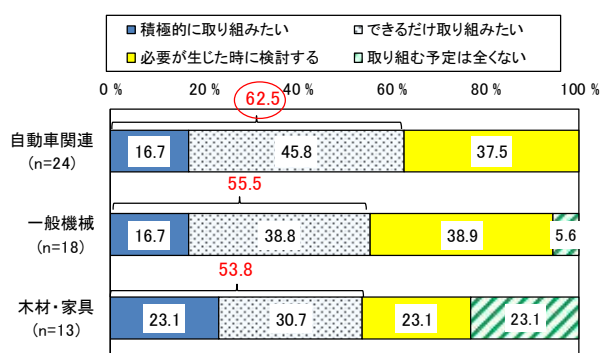
図表31 CNへの取組スタンス



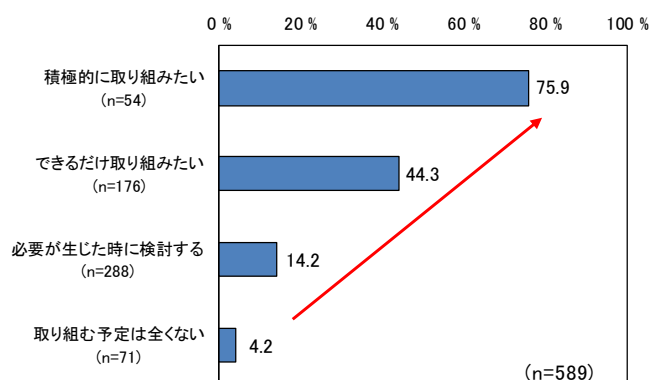
業種別には、「CNに取り組みたい(『積極的に』+『できるだけ』)」とする割合は「自動車関連」(62.5%)が最も高く、次いで「一般機械」(55.5%)、「木材」(53.8%)の順となっている(図表 32)。なお、「自動車関連」では、「取り組む予定は全くない」とする企業は見られなかった。

また、CNに「積極的に取り組みたい」とする企業では、CNを「新たな成長分野開拓のチャンス」と捉える割合が8割近くに達している(図表 33)。

図表 32 「取り組みたい」とする割合が高い上位3業種の取組スタンス



図表 33 「新たな成長分野開拓のチャンス」と捉える企業の割合(取組スタンス別)



2. CNへの取り組み

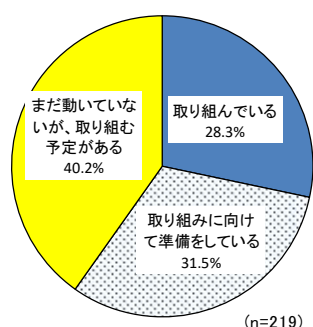
何らかの形で取り組みをスタートさせている企業は回答企業の2割強

(1) CNへの取組状況

「CNに取り組みたい(『積極的に』+『できるだけ』)」とする企業に、取組状況について尋ねたところ、実際に「取り組んでいる」企業は28.3%にとどまったが、「取り組みに向け準備中」(31.5%)と合わせ、何らかの形で取り組みをスタートさせている企業は6割近くで、回答企業の2割強である(図表 34)。

実際の取組内容では、「3R(リデュース・リユース・リサイクル)の推進」が6割を占めて最も多いが、製造業では、「ロスの削減」と「自社の実態把握」、非製造業では、「省エネ・創エネ設備への切り替え」と「再生可能エネルギーの利用」、「環境に配慮した製品・サービスを展開」の割合が5割を超えて高い(図表 35)。

図表 34 CNへの取組状況



図表 35 CNへの取組内容【製造業・非製造業別】

取り組み内容	全体 (n=61)	
	製造業 (n=25)	非製造業 (n=36)
3R(リデュース・リユース・リサイクル)の推進	60.7	58.3
省エネ・創エネ設備への切り替え	54.1	58.3
再生可能エネルギーの利用	50.8	58.3
自社の実態把握	45.9	41.7
環境に配慮した製品・サービスを展開	44.3	55.6
ロスの削減	41.0	30.6
環境負荷の少ない原材料や部品の利用	32.8	30.6
環境技術への研究開発・投資促進	16.4	22.2
製造プロセスの見直し	13.1	13.9

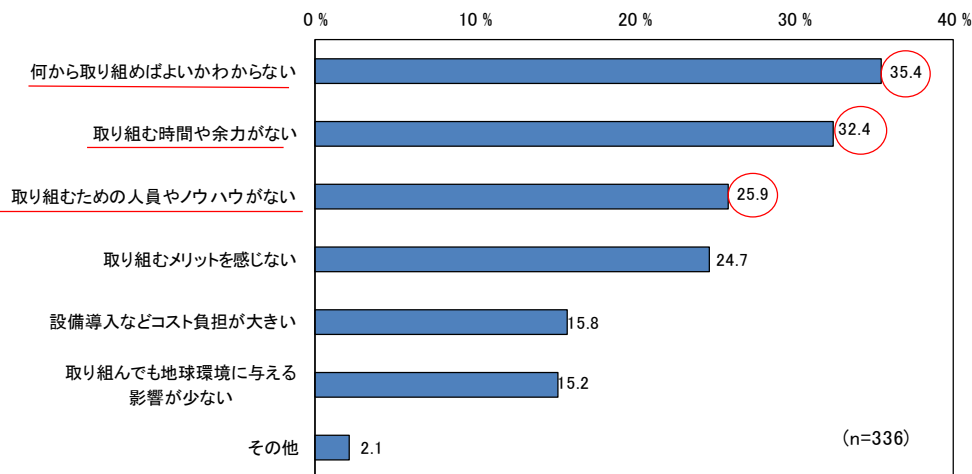
(注)複数回答

(2) CNに取り組まない(取り組めない)理由

CNは「必要が生じた時に検討する」または「取り組む予定は全くない」と回答した企業に、その理由を尋ねたところ、「何から取り組めばよいかわからない」(35.4%)が最も多く、次いで「取り組む時間や余力がない」(32.4%)、「取り組むための人員やノウハウがない」(25.9%)等の順となった(図表 36)。

CNへの取り組みに消極的な企業においても、外部等からの適切な支援があれば、取り組みが前進する可能性がある。

図表 36 CNに取り組まない(取り組めない)理由



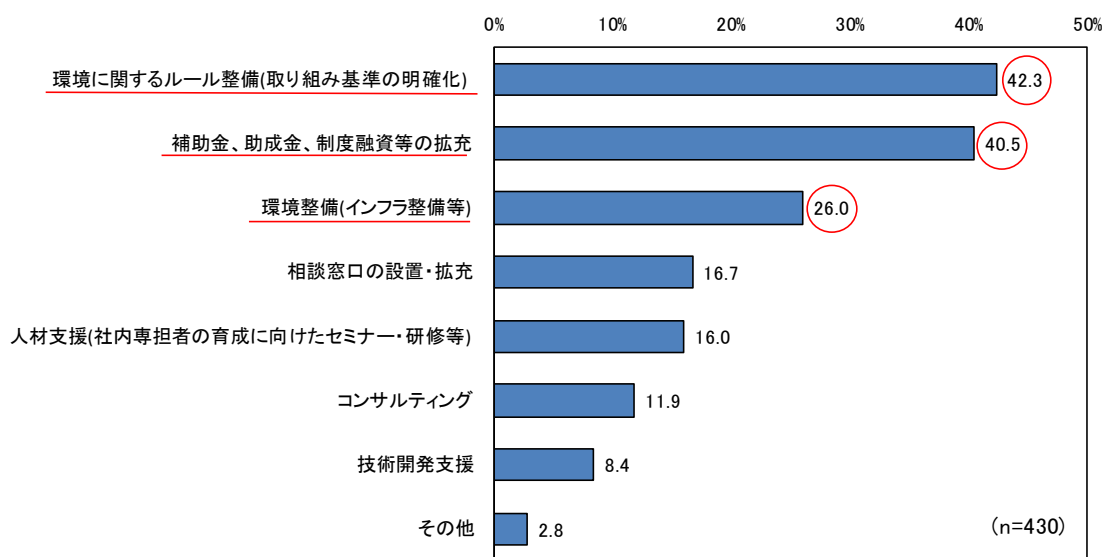
(注)複数回答 2 項目まで

3. 行政や金融機関等に求めること

「環境に関するルール整備」が求められている

CNに取り組む上で行政や金融機関等に求めることについて、「取り組む予定は全くない」と回答した企業を除いて尋ねたところ、「環境に関するルール整備(取り組み基準の明確化)」(42.3%)および「補助金、助成金、制度融資等の拡充」(40.5%)を挙げる割合が4割を超えて多く、次いで「環境整備(インフラ整備等)」(26.0%)等が続いた(図表 37)。

図表 37 CNに取り組む上で行政や金融機関等に求めること



(注)複数回答 2 項目まで

これをC Nへの取組スタンス別にみると、「積極的に取り組みたい」とする企業では、「補助金、助成金、制度融資等の拡充」や「環境整備」のほか、「技術開発支援」といった実践的な支援を挙げる割合が相対的に高い(図表 38)。

一方、「できるだけ取り組みたい」、「必要が生じた時に検討する」とした企業では、「環境に関するルール整備」に加えて、「相談窓口の設置・拡充」、「人材支援」、「コンサルティング」等の割合が比較的高く、取組スタンスによって求める支援内容が異なるものと考えられる。

図表 38 行政や金融機関等に求めること【取組スタンス別】

(単位:社、%)

カーボンニュートラルへの 取り組み姿勢	社数	環境に関する ルール 整備	補助金、助 成金、制度 融資等の 拡充	環境整備	相談窓口の 設置・拡充	人材支援	コンサルティング	技術開発 支援	その他
積極的に取り組みたい	48	35.4	47.9	39.6	4.2	10.4	6.3	18.8	6.3
できるだけ取り組みたい	161	41.6	47.2	29.8	13.7	14.3	13.7	8.1	2.5
必要が生じた時に検討する	221	44.3	33.9	20.4	21.7	18.6	11.8	6.3	2.3

(注)複数回答2項目まで

【おわりに】

最近の原材料価格の上昇は、規模や業種に関わらず、県内企業に大きな影響を及ぼしている。その背景には、コロナで落ち込んだ世界的な需要の回復・拡大と供給面の制約に加えて、ロシアのウクライナ侵攻、急激な円安の進行など様々な要因があり、今後の見通しも不透明である。

今回の調査では、約半数の企業が原材料価格の上昇分を販売価格に転嫁したと回答したが、すべてを転嫁できた企業は少なく、企業間の競争が激しいなどの理由から転嫁できていない企業も多い。今後も原材料価格の高止まりが続くとみられる中で、経営者はこれまで以上に厳しい舵取りを迫られている。

2050年カーボンニュートラルについては、コスト負担の増大等が懸念される一方で、成長に向けたチャンスと前向きに捉える企業もある。カーボンニュートラルに向けた取り組みは、避けて通ることができない重要な経営課題である。企業はまず第一歩を踏み出すことが必要であり、併せて、それを後押しするための環境整備や支援の枠組みも求められている。