

IV 特別調査事項

- 1 円安が経営に与える影響について
- 2 社員の海外研修派遣について

1 円安が経営に与える影響について

- 「良い影響がある」は4.5%、「悪い影響がある」が最も多く38.9%、「良い影響、悪い影響両方ある」は13.4%、また「影響はない」が24.7%であった。
- 良い影響の内容は、「売上増加」(42.1%)が最も多く、次いで「価格競争力の上昇」(38.6%)、「為替差益による収益増」(14.3%)の順であった。
- 悪い影響の内容は、「仕入価格の上昇」(78.6%)が最も多く、次いで「燃料費・電気料金の増加」(68.3%)、「売上減少」(17.8%)の順であった。
- 円安傾向が続いた場合の対策としては、「固定費の削減」(58.0%)が最も多く、次いで「価格に転嫁」(41.0%)、「仕入れ先の変更・分散」(27.7%)、「販路開拓」(24.4%)の順であった。

2 社員の海外研修派遣について

- 「23年度以前に派遣」は4.7%、「24年度に派遣」が2.4%、「25年度以降に派遣(予定含む)」は3.0%であった。

1 円安が経営に与える影響について

(1) 円安の影響

「良い影響がある」	4.5%	「良い影響、悪い影響両方ある」	13.4%
「悪い影響がある」	38.9%	「影響はない」	24.7%
「わからない」	17.6%		

(2) 良い影響の内容(複数回答)

「為替差益による収益増」	14.3%	「価格競争力の上昇」	38.6%
「売上増加」	42.1%	「その他」	16.1%

(3) 悪い影響の内容(複数回答)

「仕入価格の上昇」	78.6%	「燃料費や電気料金の増加」	68.3%
「売上減少」	17.8%	「値下げ要請」	17.1%
「その他」	2.0%		

(4) 円安傾向が続いた場合の対策(複数回答)

「価格に転嫁」	41.0%	「仕入れ先の変更・分散」	27.7%
「固定費の削減」	58.0%	「省エネ設備の導入」	11.2%
「販路開拓」	24.4%	「新分野の開拓」	17.1%
「為替予約の利用」	1.7%	「その他」	5.0%

2 社員の海外研修派遣について(複数回答)

「23年度以前に派遣」	4.7%	「24年度に派遣」	2.4%
「25年度以降に派遣(予定含む)」	3.0%		
「派遣したこともなく、予定もない」	92.8%		

※本文中の数値については、グラフ及びアンケート調査集計表(P29以下)を参照してください。

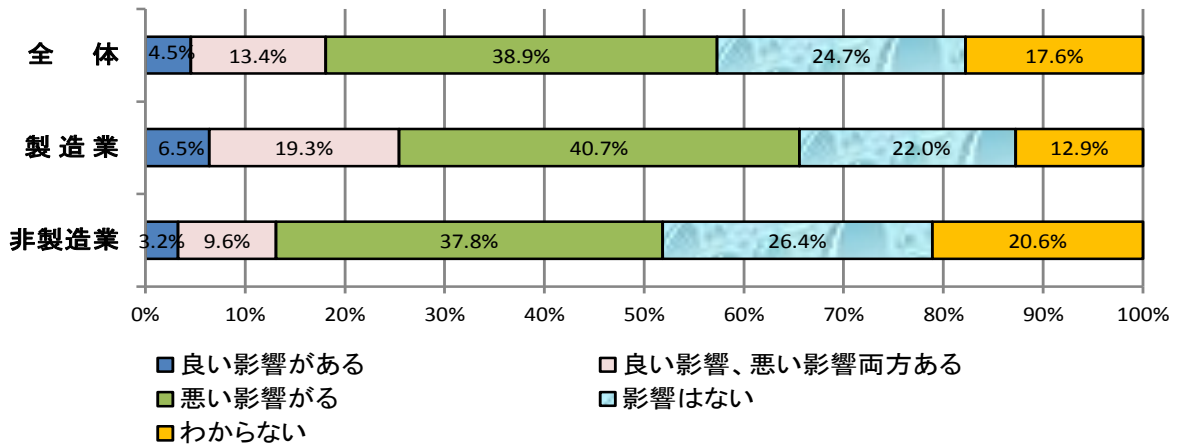
1 円安が経営に与える影響について

(1) 円安の影響（集計表P 4 4 参照）

円安の影響について聞いたところ、「良い影響がある」は4.5%、「悪い影響がある」は38.9%であった。また、「良い影響、悪い影響両方ある」は13.4%、「影響はない」とした企業は24.7%であった。

業種別にみると、「良い影響がある」があると回答した企業は製造業が6.5%と3.2%であった非製造業を3.3ポイント上回った。また、「悪い影響がある」と回答した企業も製造業が40.7%と37.8%であった非製造業を2.9ポイント上回った。「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業については、製造業が19.3%と9.6%であった非製造業のほぼ倍であった。

円安の影響（全体）

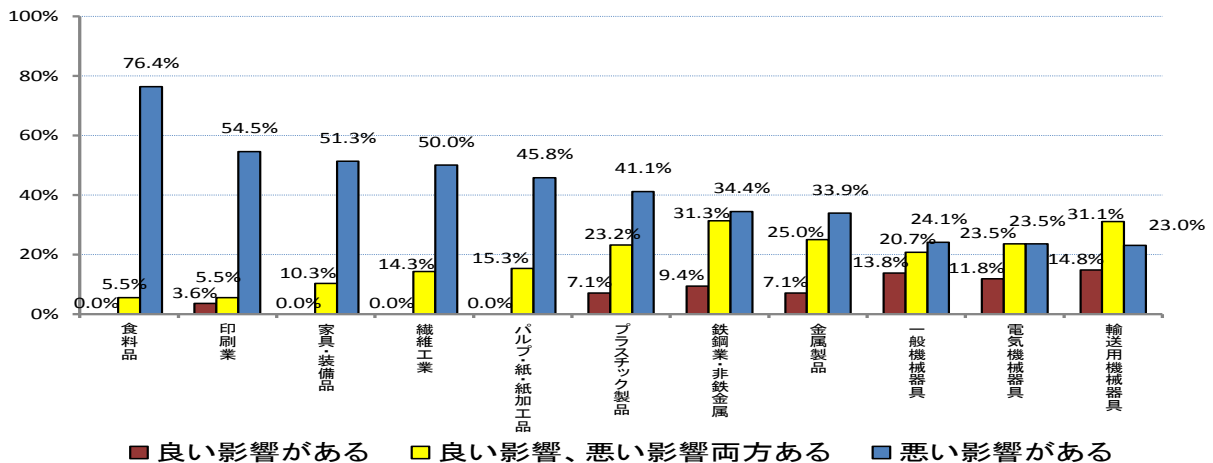


製造業において業種別にみると、「良い影響がある」と回答した企業は、「輸送用機械器具」（14.8%）が最も多く、次いで「一般機械器具」（13.8%）、「電気機械器具」（11.8%）、「鉄鋼業・非鉄金属」（9.4%）の順であった。

「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業は、「鉄鋼業・非鉄金属」（31.3%）が最も多く、次いで「輸送用機械器具」（31.1%）、「金属製品」（25.0%）、「電気機械器具」（23.5%）の順であった。

また、「悪い影響がある」と回答した企業「食料品」（76.4%）が最も多く、次いで「印刷業」（54.5%）、「家具・装備品」（51.3%）、「繊維工業」（50.0%）の順であった。

円安の影響（業種別）：【製造業】

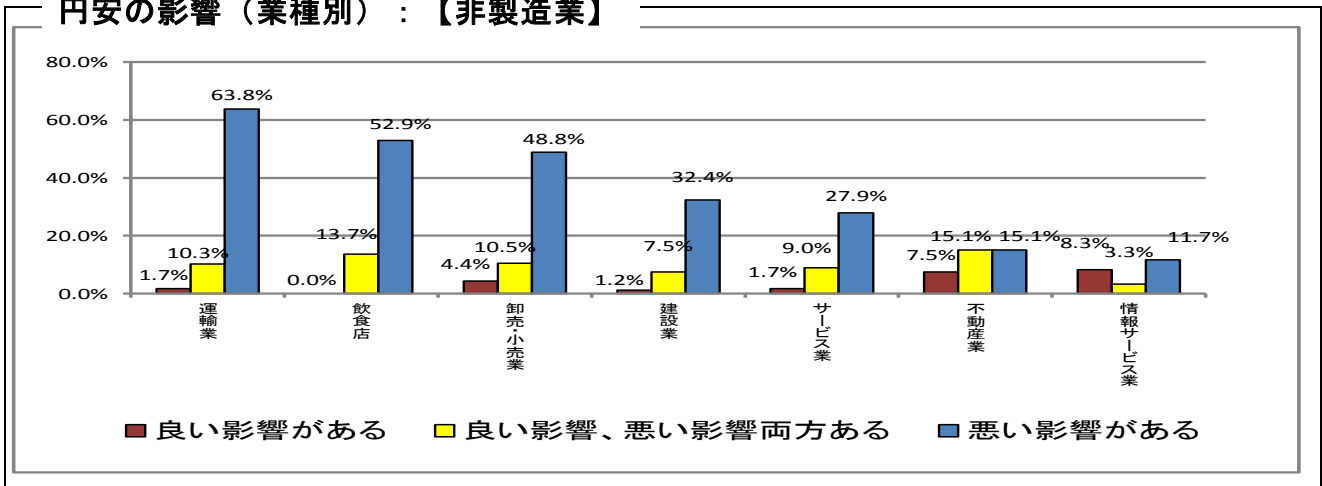


非製造業において業種別にみると、「良い影響がある」と回答した企業は、「情報サービス」（8.3％）が最も多く、次いで「不動産業」（7.5％）の順であった。

「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業は、「不動産業」（15.1％）が最も多く、次いで「飲食店」（13.7％）、「卸売・小売業」（10.5％）、「運輸業」（10.3％）の順であった。

また、「悪い影響がある」と回答した企業は、「運輸業」（63.8％）が最も多く、次いで「飲食店」（52.9％）、「卸売・小売業」（48.8％）、「建設業」（32.4％）の順であった。

円安の影響（業種別）：【非製造業】



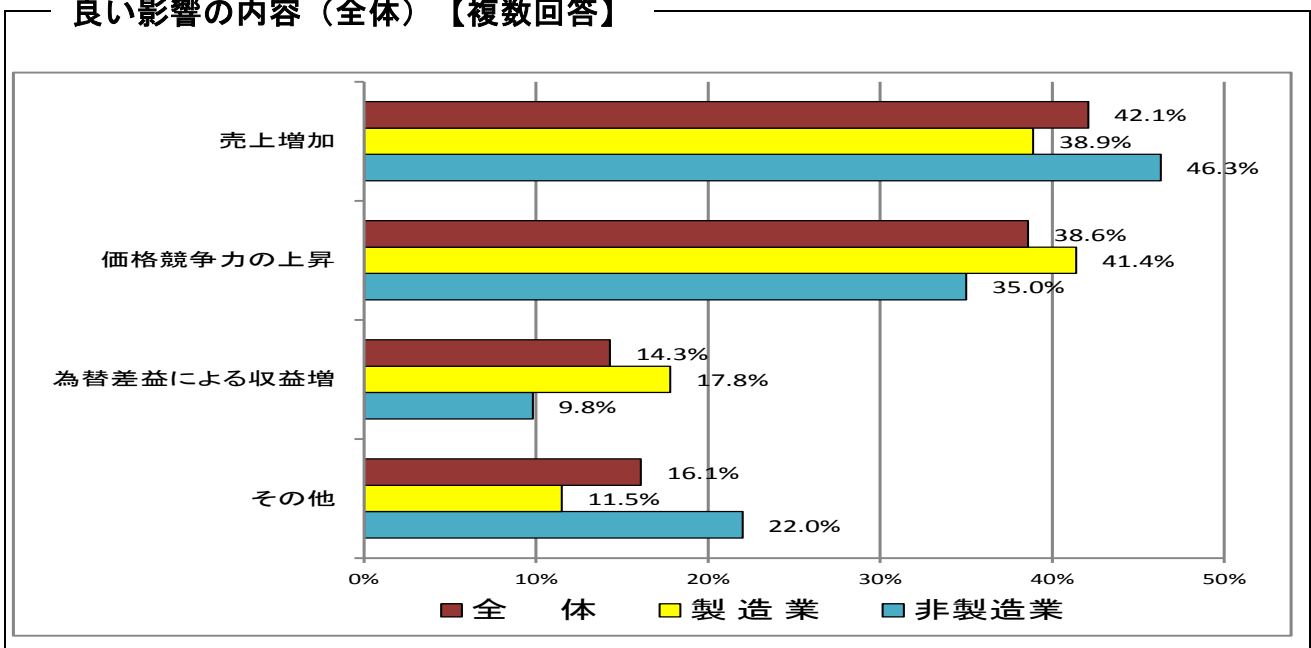
（2）良い影響の内容【複数回答】（集計表P45参照）

（1）で、「良い影響がある」及び「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業に、その内容を聞いたところ、「売上増加」（42.1％）が最も多く、次いで「価格競争力の上昇」（38.6％）、「為替差益による収益増」（14.3％）であった。

業種別にみると、製造業で最も多いのは「価格競争力の上昇」（41.4％）、次いで「売上増加」（38.9％）であった。非製造業では「売上増加」（46.3％）が最も多く、次いで「価格競争力の上昇」（35.0％）と製造業と非製造業では逆となった。

また、「為替差益による収益増」については、製造業が17.8％と9.8％であった非製造業のほぼ倍であった。

良い影響の内容（全体）【複数回答】

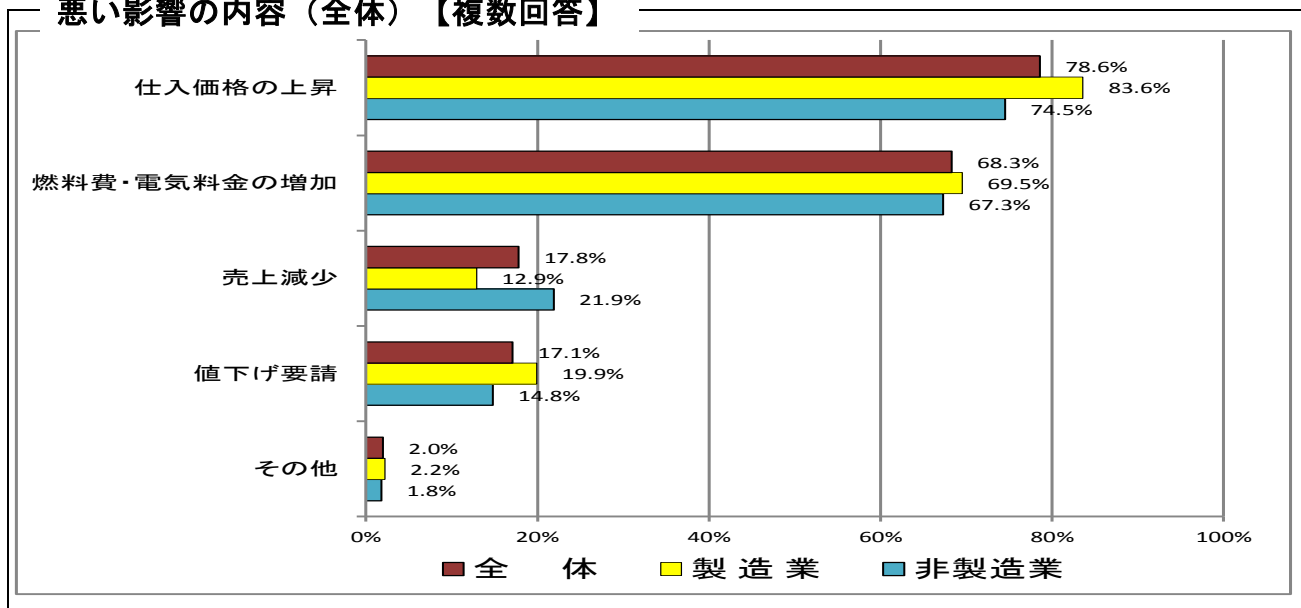


(3) 悪い影響の内容【複数回答】 (集計表P46参照)

(1)で、「悪い影響がある」及び「良い影響、悪い影響両方ある」と回答した企業に、その内容を聞いたところ、「仕入価格の上昇」(78.6%)が最も多く、次いで「燃料費・電気料金の増加」(68.3%)、「売上減少」(17.8%)、「値下げ要請」(17.1%)の順であった。

業種別にみると、製造業、非製造業ともに「仕入価格の上昇」(製造業が83.6%、非製造業が74.5%)、次いで「燃料費・電気料金の増加」(製造業が69.5%、非製造業が67.3%)の順であった。次いで、製造業は「値下げ要請」(19.9%)、「売上減少」(12.9%)の順であったが、非製造業では製造業と逆の「売上減少」(21.9%)、「値下げ要請」(14.8%)の順であった。

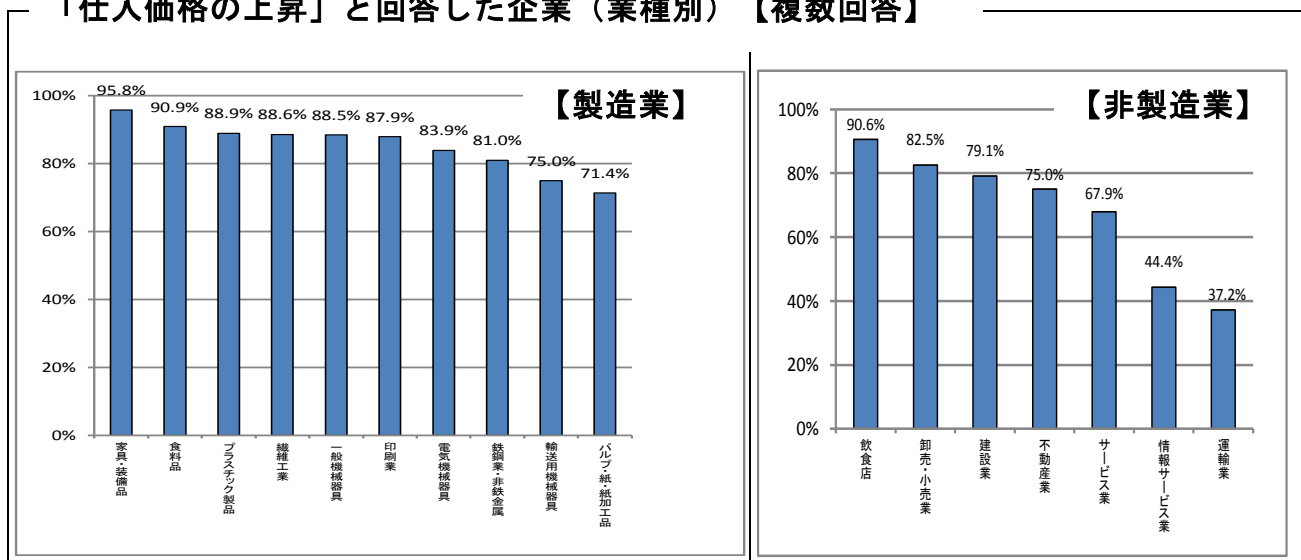
悪い影響の内容(全体)【複数回答】



「仕入価格の上昇」と回答した企業を業種別にみると、製造業では「家具・装備品」(95.8%)、「食料品」(90.9%)が90%を超えた。次の「プラスチック製品」(88.9%)、「繊維工業」(88.6%)、「一般機械器具」(88.5%)など6業種は80%を超え、他2業種の「輸送用機械器具」(75.0%)、「パルプ・紙・紙加工品」(71.4%)も70%を超えるなど、全ての業種で70%を超える高さであった。

また、非製造業では「飲食店」(90.6%)が最も多く、次いで「卸売・小売業」(82.5%)、「建設業」(79.1%)、「不動産業」(75.0%)の順となり4業種で70%を超えた。

「仕入価格の上昇」と回答した企業(業種別)【複数回答】

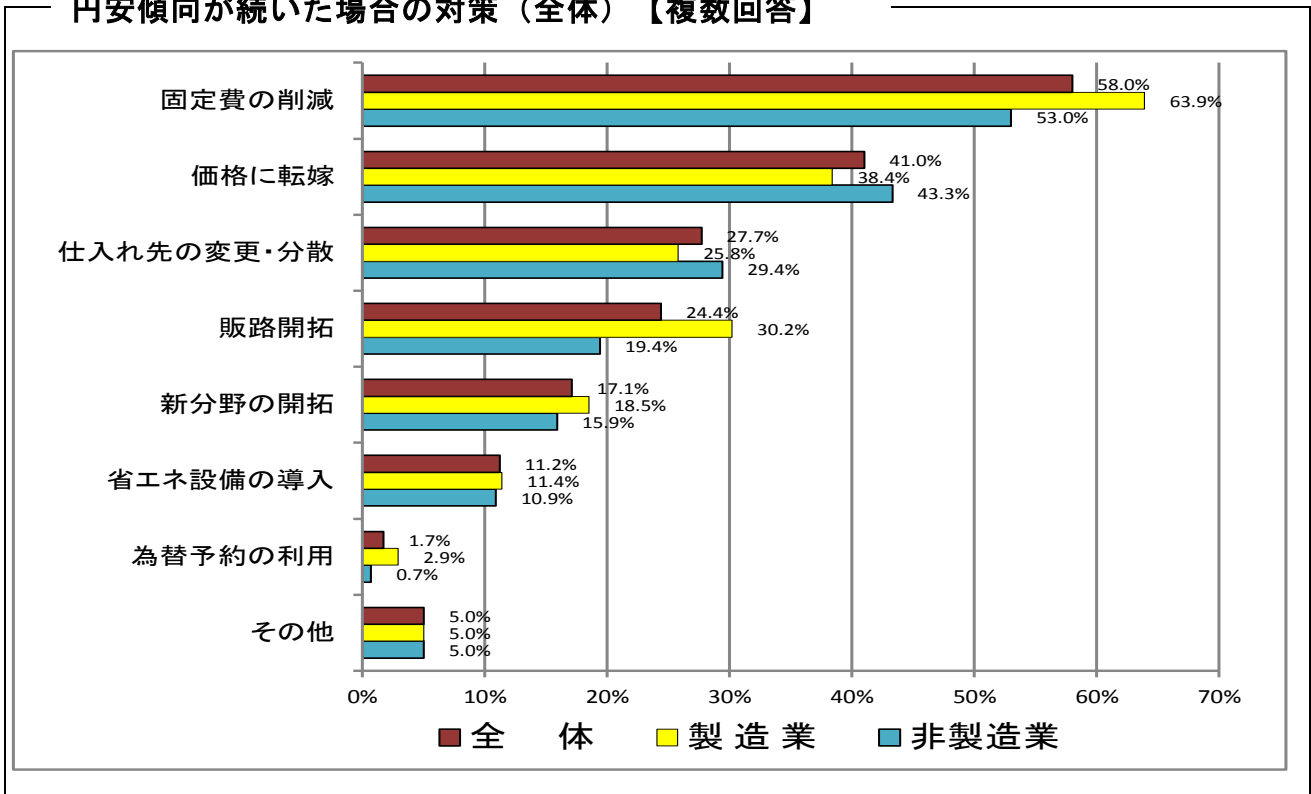


(4) 円安傾向が続いた場合の対策【複数回答】 (集計表P47参照)

(3)で、「悪い影響の内容」を回答した企業に、円安傾向が続いた場合にどのような対策をとるか聞いたところ、「固定費の削減」(58.0%)が最も多く、次いで「価格に転嫁」(41.0%)、「仕入れ先の変更・分散」(27.7%)、「販路開拓」(24.4%)の順であった。

「固定費の削減」については、製造業が63.9%と53.0%の非製造業より、10.9ポイント高く、ともに半数以上の企業が対策として挙げていた。また、「販路開拓」については、製造業が30.2%と19.4%の非製造業より10.8ポイント高かった。

円安傾向が続いた場合の対策 (全体)【複数回答】



2 社員の海外研修派遣について【複数回答】 (集計表P48参照)

社員を海外研修に派遣したことがあるか、また派遣した時期はいつか聞いたところ、次のとおりであった。

- 「23年度以前に派遣」 … 4.7% 「24年度に派遣」 … 2.4%
- 「25年度以降に派遣(予定含む)」 … 3.0%
- 「派遣したことがなく、予定もない」 … 92.8%

研修の派遣時期【複数回答】

