

川崎市内中堅・中小企業経営実態調査レポートを公表します

川崎市では、市内の産業（特に製造業）が直面する経営課題及び環境変化を把握することで、産業政策立案の資料とするため、平成18年度から経営実態調査を行っています。

この度、令和5年1月5日から1月31日にかけて、「デジタル化に向けた取組と人材について」、「脱炭素経営及びSDGs経営について」及び「海外展開について」をテーマに調査を実施し、その結果を取りまとめましたので、公表します。

1 調査テーマ

- ・デジタル化に向けた取組と人材について
- ・脱炭素経営及びSDGs経営について
- ・海外展開について

2 調査方法

郵送によるアンケート方式（返信用封筒による返送及びFAXによる返信）

3 調査時期

令和5年1月5日（木）～令和5年1月31日（火）

4 調査項目

（1）企業概要

（2）デジタル化に向けた取組と人材について

社内業務のデジタル化への取組状況・効果・取組内容、デジタルトランスフォーメーション（DX）の導入に向けた取組状況、デジタル化に取り組む人材についての課題等

（3）脱炭素経営及びSDGs経営について

脱炭素経営及びSDGs経営の取組状況、推進に有効な支援策

（4）海外展開について

海外ビジネスの形態、展開している国・地域、関心のある国・地域、今後の方針、推進する理由、課題又は支障やリスクと認識していること、ビジネスの与条件と想定している為替レート

（5）経営課題・その他

現時点での経営課題、経営課題・その他に関する意見等

5 調査対象

公益財団法人川崎市産業振興財団がデータを保有する川崎市内の中堅中小企業
（製造業・非製造業） 1,924社

6 回答状況

有効回答企業数 405社（有効回答率 21.0%）

7 調査結果

（1）調査結果の概要

（2）川崎市内中堅・中小企業経営実態調査レポート

8 ホームページ

川崎市 (<https://www.city.kawasaki.jp/templates/press/280/0000149355.html>)

公益財団法人川崎市産業振興財団

(<https://kawasaki-sanshinkaikan.jp/gyoumu/chousa/report.html>)

○問合せ先

川崎市 経済労働局 経営支援部 経営支援課 齋藤 電話 044 (200) 2325

公益財団法人川崎市産業振興財団 新産業振興課 山関 電話 044 (548) 4115

<調査結果の概要>

1 回答企業の概要

- 有効回答企業数 405 社のうち、資本金 1,000 万円以下の企業が 52.1%、資本金 1,000 万円超 1 億円以下の企業が 39.8%となった。
- 有効回答企業数のうち、業歴 30 年超の企業数が全体の 64.9%となった。

2 デジタル化に向けた取組と人材について

- 社内業務のデジタル化の取組状況は「取り組んでいる」が約 6 割であり、「今後取り組む予定」と答えた企業と合わせると 8 割以上となった。
- デジタル化への効果として最も回答が多かったのは「生産性の向上」であり、次いで「業務プロセスの明確化・省力化」「経費の削減」となった。
- デジタル化の具体的な取組内容として最も回答が多かったのは「業務効率化に向けた管理システムの導入」であり、次いで「WEB会議ツールの導入」「クラウドの導入」となった。
- デジタルトランスフォーメーション（DX）の導入に向けた取組状況について「取り組んでいる」及び「今後取り組む予定」を合わせると約 4 割となり、前回調査時（令和 3 年 1 月）に比べ約 2 倍に増加した。
- デジタル化を担当する社員の配置状況について、半数以上の企業が「いない」との回答であった。
- デジタル化に取り組む人材についての課題（又は必要）と考えていることは「社員教育に充てる費用や時間が足りない」が最も多かった。

- ・デジタルトランスフォーメーション（DX）の取組状況について「取り組んでいる」16.8%（前回 7.1%）、「今後取り組む予定」25.9%（前回 12.8%）となり、合計して 42.7%（前回 19.9%）となった。

3 脱炭素経営及びSDGs経営について

- 脱炭素経営について「取り組んでいる」と回答した企業は約 3 割であった。
- SDGs経営について「取り組んでいる」と回答した企業は約 4 割であった。
- 脱炭素経営及びSDGs経営の推進に向けて有効と思われる支援策として最も多かったのは「取り組んだ企業に対するお墨付き、認定」、次いで「取り組んだ企業のPR・情報発信」、「ビジネスに活用する手法の習得支援」の順となった。

4 海外展開について

- 海外ビジネスの形態について輸出（直接・間接）である企業が最も多かった。
- 海外ビジネスを展開している国・地域はアジア、アメリカ合衆国が中心となった。
- 今後、海外ビジネスを展開する上で関心のある国・地域で最も高かったのはアメリカ合衆国となり、次いでベトナム・台湾・インドの順となった。
- 今後の海外ビジネスの方針については「拡大方針」及び「現在、行っていないが、新たに取り組みたい」を合わせると約 3 割となった。
- 海外ビジネスを推進する理由については「海外需要の増加」が最も多く、次いで「国内需要の減少」「親会社・取引先企業の海外進出」「人件費等国内コスト要因」となった。
- 海外展開における課題又は支障やリスクと認識していることについては「ビジネスパートナーの確保」であり、次いで「為替の変動」「法制度や規制の複雑さ、不明確さ」となった。
- 海外ビジネスの与条件と想定している為替レートは様々であった。

5 経営課題・その他

- 現時点での経営課題として多かったのは「人材育成・確保」「受注確保・販路開拓・拡大」であった。
- SDGsに関して、取組を促進する支援・施策を求める回答が多かった。
- 国内需要の低下、海外との競争激化などにより受注の確保が難しい状況にあり、また賃金の引上げに取り組むことができないという意見があった。

- ・経営課題として多かった順に「人材育成・確保」239 件、「受注確保・販路開拓・拡大」238 件、「新技術・新製品の研究開発」120 件、「資金繰り」100 件、「事業承継」94 件となった。 以上

川崎市内中堅・中小企業経営実態調査レポート

～デジタル化に向けた取組と人材について、脱炭素経営及びSDGs経営について、
海外展開について～

目次

I. 調査要領と回答企業の概要	2 ページ
II. デジタル化に向けた取組と人材について	3 ページ
1. デジタル化の取組について	
(1) 社内業務のデジタル化への取組状況	
(2) デジタル化の効果	
(3) 具体的な取組内容	
(4) デジタルトランスフォーメーション (DX) の導入に向けた取組状況	
2. デジタル化に関する人材について	
(1) デジタル化を担当する社員の配置状況	
(2) デジタル化に取り組む人材についての課題	
III. 脱炭素経営及びSDGs経営について	6 ページ
1. 脱炭素経営の取組状況	
2. SDGs経営の取組状況	
3. 脱炭素経営及びSDGs経営の推進に向けて有効と思われる支援策	
IV. 海外展開について	8 ページ
1. 海外ビジネスの形態	
2. 海外ビジネスを展開している国・地域	
3. 今後、海外ビジネスを展開する上で関心のある国・地域	
4. 今後の海外ビジネスの方針	
5. 海外ビジネスを推進する理由	
6. 海外展開における課題又は支障やリスクと認識していること	
7. 海外ビジネスの与条件と想定している為替レート	
V. 経営課題・その他	12 ページ
1. 現時点での経営課題	
2. 経営課題・その他に関する意見等	

※構成比等については、小数点以下第2位を四捨五入して表示しているため、合計しても100%とならない場合や、各比率の合わせた数値にズレが生じる場合がございます。

I. 調査要領と回答企業の概要

【調査要領】

1. 調査目的

市内企業が抱える企業の経営課題や基本的動向を把握することを目的に実施した。

2. 調査テーマ

- ・デジタル化に向けた取組と人材について
- ・脱炭素経営及びSDGs経営について
- ・海外展開について

3. 調査方法

郵送によるアンケート方式
(返信用封筒による返送及びFAXによる返信)

4. 調査時期

令和5年1月5日(木)
～令和5年1月31日(火)

5. 調査の対象企業

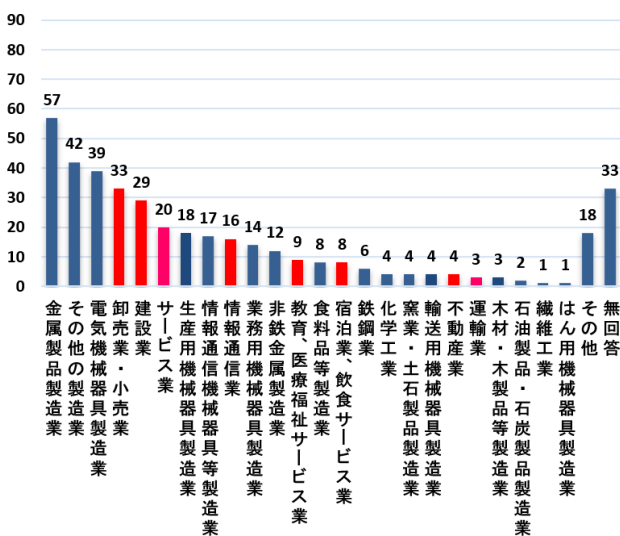
公益財団法人川崎市産業振興財団がデータを保有する川崎市市内の中堅・中小企業
(製造業・非製造業：1,924社)

6. 回答状況

有効回答企業数(N)：405社
有効回答率：21.0%

【回答企業の概要】

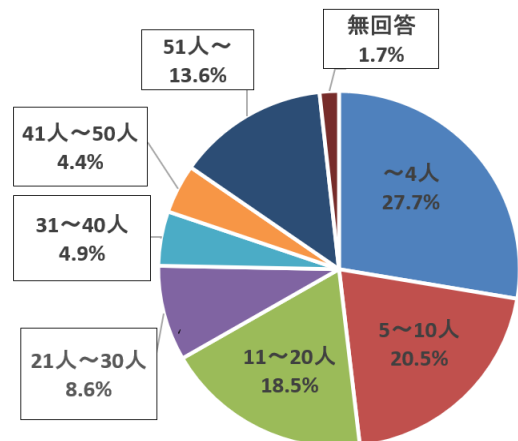
図1 回答企業の業種内訳



(青色の棒グラフは製造業、赤色の棒グラフは製造業以外の業種)

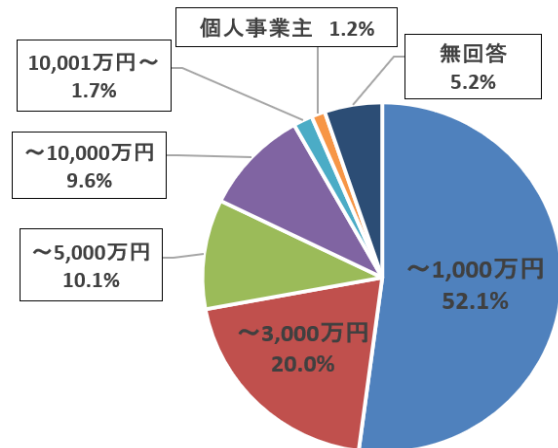
(原則として主業基準分類で集計、業種内訳は日本標準産業分類に基づく)

図2 回答企業の従業員数内訳



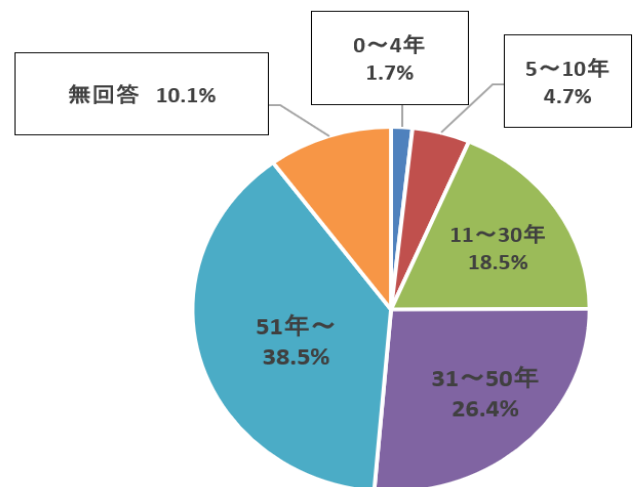
(単一回答、N=405)

図3 回答企業の資本金内訳



(単一回答、N=405)

図4 回答企業の業歴内訳



(単一回答、N=405)

II. デジタル化に向けた取組と人材について

【総括】

令和3年1月にデジタル化に関するアンケートを実施し、今回は2回目のアンケートとなった。

近年、デジタル化に取り組む動きは進み、前回の調査から約2年を経過しているが、社内業務のデジタル化への取組状況について「取り組んでいる」「今後取り組む予定」と回答した企業は8割以上あり、多くの企業がデジタル化に積極的であることがわかった。

また、デジタル化の効果として「生産性の向上」「業務プロセスの明確化・省力化」「経費の削減」で約8割を占めた。

具体的な取組内容（又は今後取り組む予定の内容）として「業務効率化に向けた管理システムの導入」「WEB会議ツールの導入」「クラウドの導入」「テレワークの導入」が挙げられており、新型コロナウイルス感染症の影響により、リモートワークの推進やオンラインでのビジネスが推進されたことから、こうした取組は業態を問わず行われていることが伺える。

デジタルトランスフォーメーション（DX）の導入については、「取り組んでいる」「取り組む予定」が前回調査時に比べ増加した。

しかしながら、その一方でデジタル化に取り組む上での人材は不足しており、デジタル化を担当する社員は「いない」と答えた企業は半数以上に上った。また、そうしたデジタル化に取り組む人材の育成についても、社員教育に充てる費用や時間が足りないといった社内の体制・リソースに関わる課題が多かった。

そのため、企業の自立的・持続的なデジタル化の推進に向けて、デジタル人材の育成を促進することが期待される。

1. デジタル化の取組について

(1) 社内業務のデジタル化への取組状況

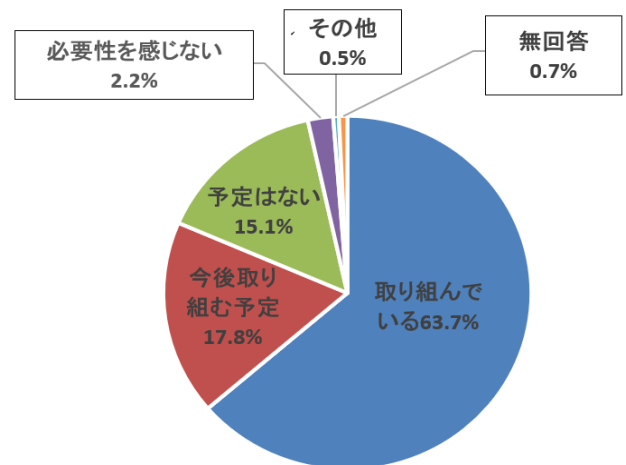
社内業務のデジタル化の取組状況は次のとおりとなった。

「取り組んでいる」	63.7%	} 81.5%
「今後取り組む予定」	17.8%	
「予定はない」	15.1%	
「必要性を感じない」	2.2%	

※参考 前回（令和3年1月）

「取り組んでいる」	60.1%	} 88.1%
「今後取り組む予定」	28.0%	
「予定はない」	5.2%	
「未定」	4.7%	

図5 社内業務のデジタル化への取組状況



(単一回答、N=405)

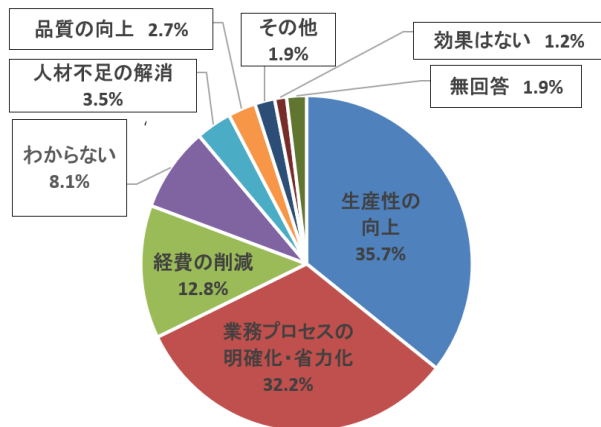
(2) デジタル化の効果

(1)にてデジタル化に「取り組んでいる」と回答した企業のデジタル化の効果は次のとおりとなった。

「生産性の向上」	35.7%	} 80.7%
「業務プロセスの明確化・省力化」	32.2%	
「経費の削減」	12.8%	
※参考 前回 (令和3年1月)		
「生産性の向上」	39.7%	} 72.5%
「業務プロセスの明確化」	21.6%	
「経費の削減」	11.2%	

デジタル化の取組により最も効果があったものは「生産性の向上」であり、以下「業務プロセスの明確化・省力化」「経費の削減」と続き、これらの効果で全体の約8割を占めている。一方で「わからない」と回答した企業が8.1%あり、多くの企業がデジタル化の導入による効果を得ているが、一部ではデジタル化を推進するも、効果の評価できない状況が伺える。(図6)

図6 デジタル化の効果



(単一回答、N=258)

【その他の記載事項】

- 事務所の2拠点化に伴い、勤怠管理・経理業務をデジタル化し、遠隔でも管理が容易となった。
- デジタル化により、客観的な記録をもって勤怠管理ができるようになった。
- 効果が出ると思っていたが、まだ出ていない。
- かえって手間と経費が増えた。

(3) 具体的な取組内容

(1)にてデジタル化に「取り組んでいる」・「今後取り組む予定」と回答した企業の具体的な取組内容(又は今後取り組む予定の内容)は、次のとおりとなった。

「業務効率化に向けた管理システムの導入」	231 件
「WEB会議ツールの導入」	147 件
「クラウドの導入」	120 件
「テレワークの導入」	85 件

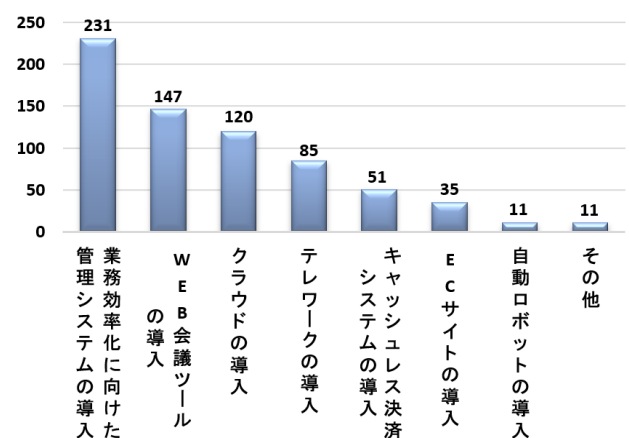
※参考 前回 (令和3年1月)

「業務効率化に向けた管理システムの導入」	88 件
「WEB会議ツールの導入」	73 件
「テレワークの導入」	51 件
「クラウドの導入」	47 件

デジタル化の取組として最も多かったものは「業務効率化に向けた管理システムの導入」であり、続いて「WEB会議ツールの導入」「クラウドの導入」「テレワークの導入」となった。

いずれも前回の調査時と同様に上位を占めており、生産性向上などを目的に社内のデジタル化を推進するための取組内容であった。(図7)

図7 具体的な取組内容



(複数回答、N=691)

(4) デジタルトランスフォーメーション (DX) の導入に向けた取組状況

DXの取組状況については、次のとおりとなった。

「取り組んでいる」	16.8%	} 42.7%
「今後取り組む予定」	25.9%	
「予定はない」	41.5%	
「必要性を感じない」	5.9%	
「DXとは何かを知らなかった」	7.7%	

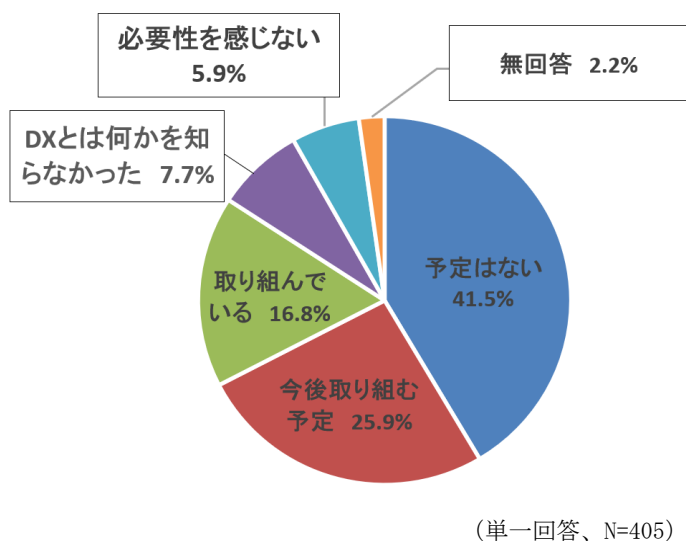
※参考 前回 (令和3年1月)

「取り組んでいる」	7.1%	} 19.9%
「今後取り組む予定」	12.8%	
「予定はない」	32.1%	
「未定」	20.2%	
「DXとは何かを知らなかった」	14.9%	

今回の調査では「取り組んでいる」「今後取り組む予定」で4割を超えており、前回調査時の約2倍に増加した。一方、「予定はない」も増加しており、二極化していることが伺える。

また、「DXとは何かを知らなかった」と回答した企業も減少しており、前回調査時からDXの認知度と取組状況が向上した。(図8)

図8 デジタルトランスフォーメーション (DX) の導入に向けた取組状況



2. デジタル化に関する人材について

(1) デジタル化を担当する社員の配置状況

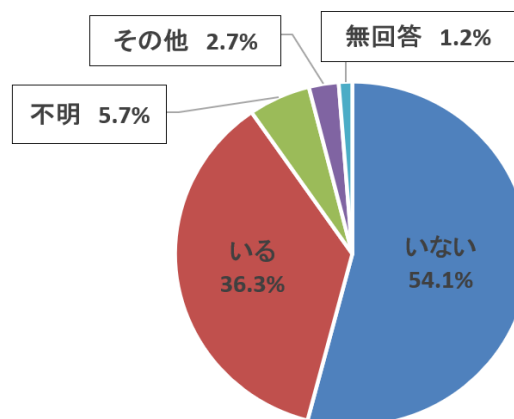
社内にデジタル化を担当する社員については次のとおりとなった。

「いない」	54.1%
「いる」	36.3%

半数以上の企業が「いない」との回答であったが、担当の配置はできないが、他業務と兼務している等の回答もあった。(図9)

また、従業員数別に見ると、10人未満の企業では6割以上が担当者がいなかった。(図10)

図9 デジタル化を担当する社員の配置状況



(単一回答、N=405)

【その他の記載事項】

- 担当ではなく、他の業務と兼任している。
- 専門の担当はおらず、役員と総務部署でデジタル化について指導を受けている。
- 担当者は配置しておらず、社員全員で取り組んでいる。

図10 従業員数別のデジタル化人材の配置状況

従業員数	デジタル化の人材が				
	いる		いない		
1~4人	112社	26	23.2%	77	68.8%
5~10人	83社	22	26.5%	52	62.7%
11~20人	75社	32	42.7%	36	48.0%
21~30人	35社	13	37.1%	17	48.6%
31~40人	20社	8	40.0%	10	50.0%
41~50人	18社	11	61.1%	5	27.8%
51人以上	55社	31	56.4%	19	34.5%
無回答	7社	4	57.1%	3	42.9%
合計	405社	147社		219社	

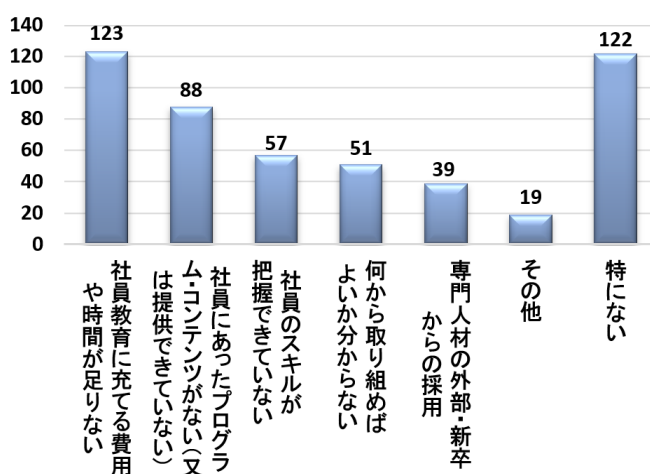
(2) デジタル化に取り組む人材についての課題

デジタル化に取り組む人材について課題（又は必要）と考えていることについて、次のとおりとなった。

「社員教育に充てる費用や時間が足りない」	123 件
「社員にあった学習プログラム・コンテンツがない（又は提供できていない）」	88 件
「社員のスキルが把握できていない」	57 件

デジタル化に取り組むにあたり、「社員教育に充てる費用や時間が足りない」という社内の体制・リソースに関わる課題が最も多く、次いで、「社員にあった学習プログラム・コンテンツがない、社員のスキルが把握できていない」といった人（社員）に対する課題となった。（図 11）

図 11 デジタル化に取り組む人材についての課題



(複数回答、N=499)

【その他の記載事項】

- 従業員の間に I T リテラシーの格差があり、社内全体での推進が難しい。
- 社内で抵抗を受けている。
- 売上が低迷し、I T 人材を雇用できない。
- 適した人材はいるが、他の業務が忙しく、取り組む時間がない。
- コンサルタントを通じ、取り組んでいる。
- システム導入時にベンダーを選定するが、社員にも参画させ、理解と教育を進める。

Ⅲ. 脱炭素経営及びSDG s 経営について

【総括】

昨年 1 月に続き、脱炭素化・SDG s についての調査を実施した。持続可能な社会の実現に向けて、脱炭素化のみならず、多様な取組が必要となっており、大企業だけでなく、中小企業においても取組が求められるようになっている。

こうした背景により、昨年から市内中小企業における脱炭素化・SDG s についての調査を開始し、今回はそれらを経営に取り入れているのかという観点で調査した。

今回の調査では、脱炭素経営に「取り組んでいる」「検討中」と回答した企業は約 6 割。また、SDG s 経営についても「取り組んでいる」「検討中」で 6 割以上が回答しており、認知度と取り組む意識が高いことが伺える。

その一方で、「予定はない」「必要性を感じない」と回答した企業は、脱炭素経営及びSDG s 経営共に約 3 割を占めており、こうした企業に対しても必要性を認識してもらい、経営に取り組むよう促す施策が求められる。

経営に有効な施策として最も多かった回答は「取り組んだ企業に対するお墨付き、認定」であり、次いで「取り組んだ企業の PR・情報発信」、「ビジネスに活用する手法の習得を支援」、「低利融資制度（間接金融支援）」となり、全体的に経営上メリットを享受できる支援を求める回答が多かった。

それらの施策を活用し推進することが期待される。

1. 脱炭素経営の取組状況

取組状況については次のとおりとなった。

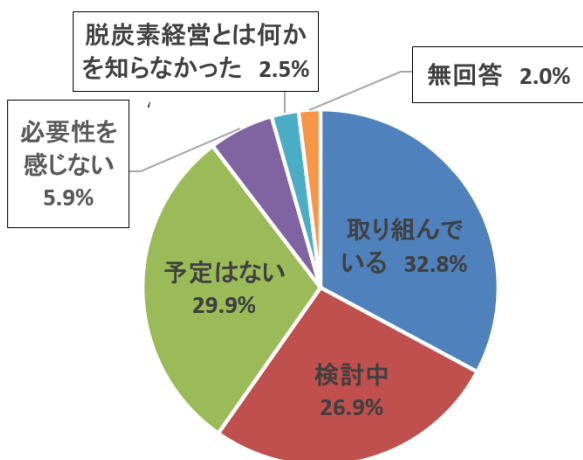
「取り組んでいる」	32.8%	} 59.7%
「検討中」	26.9%	
「予定はない」	29.9%	
「必要性を感じない」	5.9%	

※参考 前回（令和4年1月）

「取り組んでいる」	19.5%	} 43.5%
「検討中」	24.0%	
「取り組んでいない」	40.0%	
「必要を感じない」	13.1%	

昨年に比べ、「取り組んでいる」「検討中」が約6割に拡大。また、「必要性を感じない」が減少しており、脱炭素経営に取り組む意識が向上していることが伺える。（図12）

図12 脱炭素経営の取組状況



（単一回答、N=405）

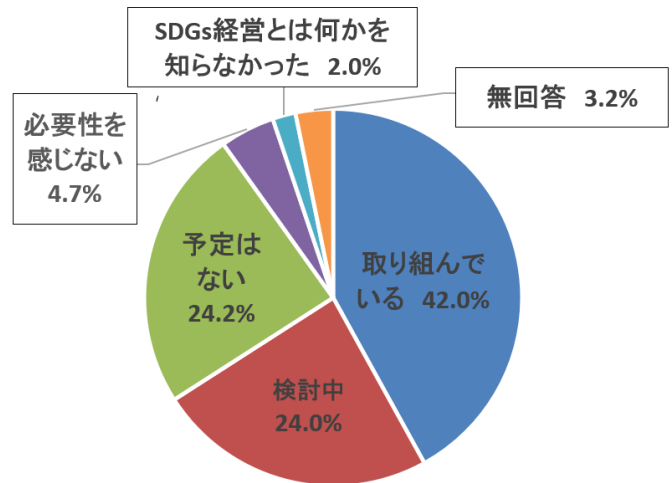
2. SDGs経営の取組状況

取組状況については次のとおりとなった。

「取り組んでいる」	42.0%	} 66.0%
「検討中」	24.0%	
「予定はない」	24.2%	
「必要性を感じない」	4.7%	

「取り組んでいる」と回答した企業が4割以上であり、「検討中」を合わせると約7割を占める。脱炭素経営以上に認知度と取り組む意識が高いことが伺える。（図13）

図13 SDGs経営の取組状況



（単一回答、N=405）

3. 脱炭素経営及びSDGs経営の推進に向けて有効と思われる支援策

支援策については次のとおりとなった。

「取り組んだ企業に対するお墨付き、認定」

106 件

「取り組んだ企業の PR・情報発信」

96 件

「ビジネスに活用する手法の習得を支援」

94 件

「低利融資制度（間接金融支援）」

77 件

「地域関係者のネットワーク構築」

61 件

「ビジネスマッチング」

52 件

「投資（直接金融支援）」

49 件

「セミナー等の開催」

43 件

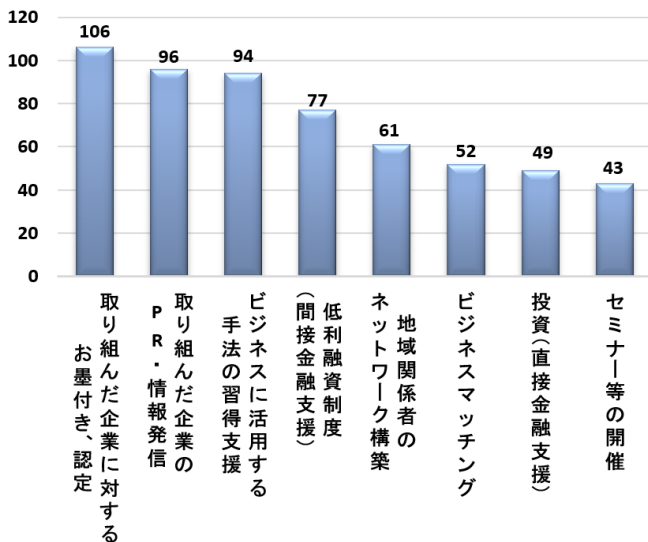
※参考 前回（令和4年1月）

「取り組んだ企業に対するお墨付き、認定」	103 件
「取り組んだ企業の PR・情報発信」	98 件
「ビジネスに活用する手法の習得を支援」	98 件
「低利融資制度（間接金融）」	89 件
「投資（直接金融支援）」	60 件
「セミナー等の開催」	49 件
「地域関係者のネットワーク構築」	39 件
「ビジネスマッチング」	38 件

昨年度と同じく「取り組んだ企業に対するお墨付き、認定」「取り組んだ企業の PR・情報発信」「ビジネスに活用する手法の習得を支援」が上位を占めた。

自社評価や PR ではなく、第三者による取組の評価・認定とその情報発信を求められていることが伺える。（図 14）

図 14 脱炭素経営及びSDG s 経営の推進に向けて有効と思われる支援策



（複数回答、N=578）

IV. 海外展開について

【総括】

海外展開について、各企業のビジネスの形態、展開している国・地域及び展開する上で関心のある国・地域、今後の方針などを調査した。

前回の調査時（平成 28 年 8 月）後に、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外との交流が大きく遮断された。

その余波は今もなお残っている状況にあるが、徐々にその輸出入ビジネスを再開、又は展開したい企業も出てきている。

今回のアンケートに回答した企業 405 社のうち、海外ビジネスを行っている市内企業は 136 社。そのうちの 27 件の企業が海外法人・代理店等を通じた現地での販売を行っていた。

また、回答した企業のうち、海外ビジネスについて拡大方針である企業は 17.5%（前回の調査時は 14.4%）、今後新たに海外展開に取り組みたいと考える企業も 12.3%（前回の調査時は 11.9%）となり、新型コロナウイルス感染症発生以前と同程度まで回復していることが伺える。

海外展開の目的は、「海外需要の増加」や「国内需要の減少」となっており、主に国内以外で新たな収益基盤を海外へ求めていた。

海外展開における課題として最も多かったのは「ビジネスパートナーの確保」であった。このニーズに応えるため、情報提供や販路開拓支援が必要となる。今後、市内企業に対してきめ細かい情報提供やアプローチを行うことで、海外展開の支援を図ることが期待される。

1. 海外ビジネスの形態

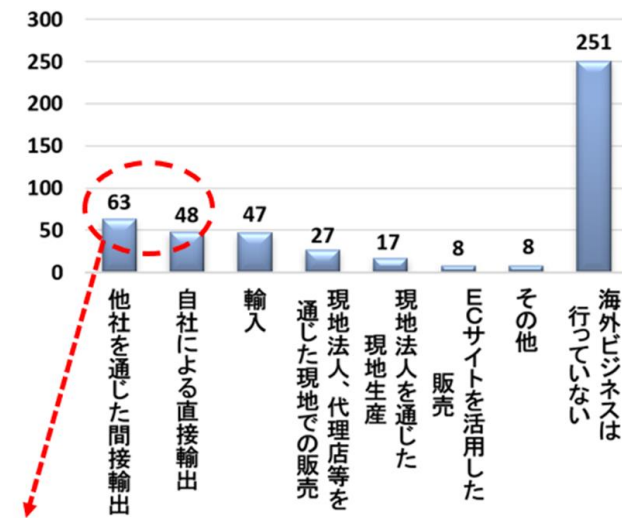
海外ビジネスの形態については次のとおりとなった。

「他社を通じた間接輸出」	63 件
「自社による直接輸出」	48 件
「輸入」	47 件
「現地法人、代理店等を通じた現地での販売」	27 件
「現地法人を通じた現地生産」	17 件
「ECサイトを活用した販売」	8 件

136 件（※）の企業が海外ビジネスを行っており、そのうち海外ビジネスの形態として直接・間接輸出である企業が 97 件と最も多かった（図 15）。
 <※136 件の算出根拠>

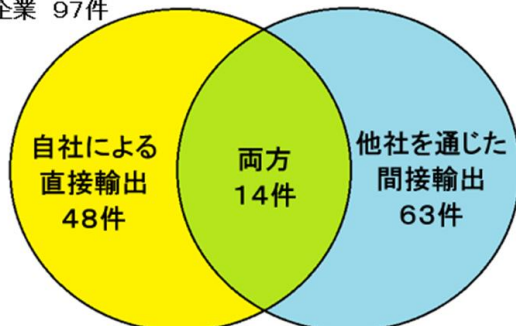
アンケートの回答企業 405 件のうち、海外ビジネスを行っていない企業 251 件及び無回答の 18 件を除いた数。

図 15 海外ビジネスの形態



【内訳】

輸出企業 97件

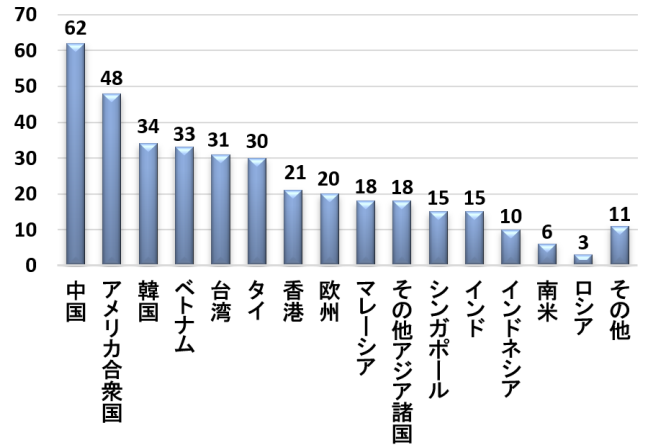


(複数回答、N=469)

2. 海外ビジネスを展開している国・地域

海外ビジネスを展開している国・地域については次のとおりとなった。

図 16 海外ビジネスを展開している国・地域



(複数回答、N=375)

【地域別明細】

欧州		南米		その他アジア		その他	
ドイツ	11	メキシコ	1	フィリピン	10	カナダ	3
フランス	3	ブラジル	1	カンボジア	2	オーストリア	2
スペイン	3	チリ	1	バングラデシュ	1	イスラエル他	1
イタリア	3	パナマ	1	エジプト	1	ヨルダン	1
イギリス	2	ペルー	1	ミャンマー	1	ラオス	1
スウェーデン	1	その他(国名無回答)	1	中東	2	不明(客先が輸出)	1
オランダ	1			その他(国名無回答)	1	その他(国名無回答)	2
オーストリア	1						
スロベニア	1						
ハンガリー	1						
EU	1						
その他(国名無回答)	3						

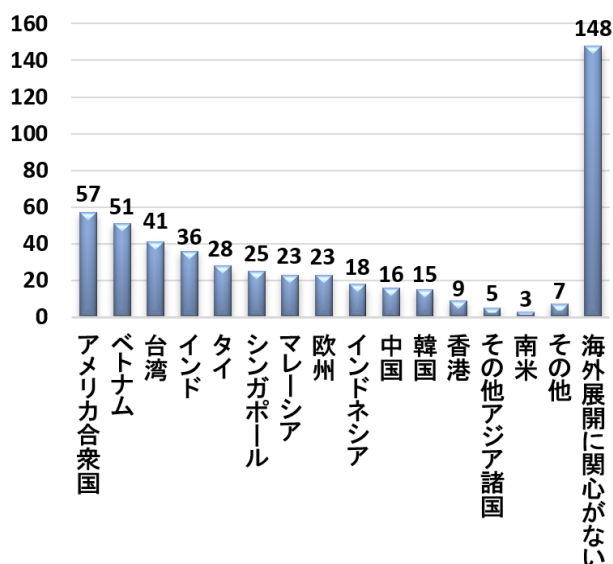
※「欧州」については「欧州」を選択の上、複数の国名を記入した場合を含む。

アジアが中心となっており、その他では、アメリカ合衆国、欧州（ドイツ等）と回答した企業が多かった。

3. 今後、海外ビジネスを展開する上で関心のある国・地域

今後、海外ビジネスを展開する上で関心のある国・地域については次のとおりになった。

図 17 今後、海外ビジネスを展開する上で関心のある国・地域



(複数回答、N=505)

【地域別明細】

欧州	南米	その他アジア	その他
ドイツ	7	ブラジル	1
フランス	5	カンボジア	1
イギリス	1	フィリピン	1
スイス	2	モンゴル	1
イタリア	2	ミャンマー	1
EU	4	中東	1
東欧	1		
その他(国名無回答)	7		

※「欧州」については「欧州」を選択の上、複数の国名を記入した場合を含む。

関心のある国・地域については、アメリカ合衆国の回答が最も多く、アジア（ベトナム、台湾、タイ、シンガポール、マレーシア等）、欧州（ドイツ、フランス等）への関心が高かった。

4. 今後の海外ビジネスの方針

今後の海外ビジネスの方針については次のとおりとなった。

「拡大方針」	17.5 %
「現在、行っていないが、新たに組みたい」	12.3 %
「現状維持」	12.3 %
「現在、行っておらず、今後行う予定はない」	47.2 %
「縮小・撤退」	1.7 %

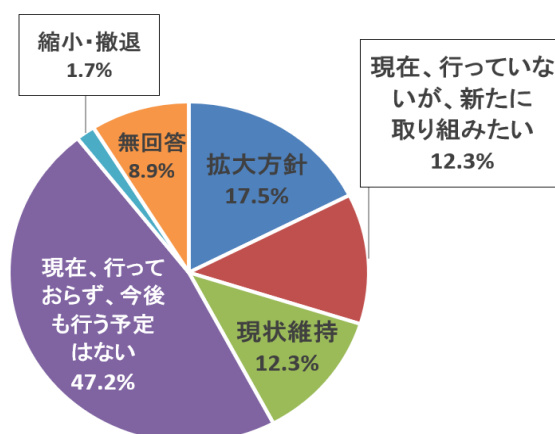
※参考 前回（平成28年8月）

「拡大方針」	14.4 %
「現状維持」	12.5 %
「現在、行っていないが、新たに組みたい」	11.9 %
「現在、行っておらず、今後行う予定はない」	43.3 %
「縮小・撤退」	1.7 %

前回調査時に比べ「拡大方針」「現在、行っていないが、新たに組みたい」といった前向きな回答が増加し、逆に「現在、行っておらず、今後行う予定はない」は減少した。

前回の調査以降、新型コロナウイルス感染症の影響により海外ビジネスの展開が難しい時期もあったが、今回の調査では前回調査同様の方針であった。（図 18）

図 18 今後の海外ビジネスの方針



(単一回答、N=405)

5. 海外ビジネスを推進する理由

海外ビジネスを推進する理由については以下のとおりとなった。

「海外需要の増加」	79 件
「国内需要の減少」	52 件
「親会社・取引先企業の海外進出」	32 件
「人件費等国内コスト要因」	22 件
「為替変動の影響回避」	4 件

※参考 前回（平成28年8月）

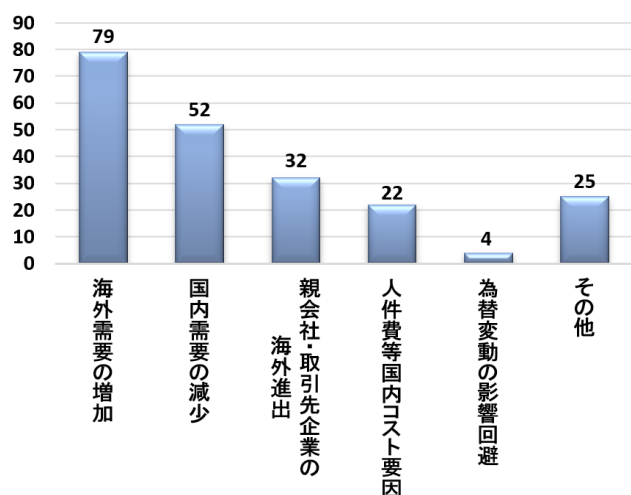
「国内需要の減少」	66 件
「海外需要の増加」	64 件
「親会社・取引先企業の海外進出」	30 件
「人件費等国内コスト要因」	18 件
「為替変動の影響回避」	4 件

【その他の記載事項】

- 海外に新しい収益の柱を作りたい。
- 自社の製品(又はサービス)は海外でも需要が見込めるから。
- 世界の技術を導入したい。
- 世の中のグローバル化に対応したい。
- 日本と違う商流を活用したい。
- 得意先の要望による。

海外需要の増加、及び国内需要の減少のため、新たな収益基盤・販路を海外に作るために模索していることが見受けられる。（図19）

図19 海外ビジネスを推進する理由



（複数回答、N=214）

6. 海外展開における課題又は支障やリスクと認識していること

「4. 今後の海外ビジネスの方針」の項目で「拡大方針」「現状維持」「縮小・撤退」「現に行っていないが、新たに取り組みたい」と回答した企業において、海外展開における課題又は支障やリスクとして認識していることは次のとおりとなった。

「ビジネスパートナーの確保」	100 件
「為替の変動」	71 件
「法制度や規制の複雑さ、不明確さ」	61 件
「人材・労働力の確保」	41 件
「知的財産の侵害」	34 件
「政情不安、自然災害」	30 件
「人件費の上昇」	29 件
「資金調達」	25 件
「物流やインフラの未整備」	24 件
「安全保障貿易管理」	19 件

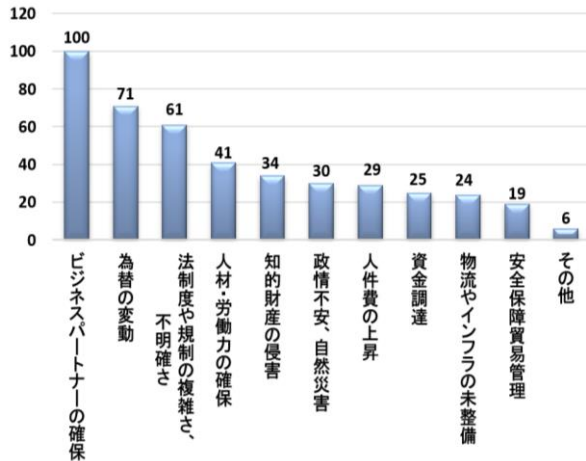
※参考 前回（平成28年8月）

「ビジネスパートナーの確保」	127 件
「法制度や規制の複雑さ」	89 件
「為替の変動」	60 件
「人材・労働力の確保」	55 件
「資金調達」	41 件
「政情不安、自然災害」	40 件
「知的財産の侵害」	37 件
「産業インフラの未整備」	27 件
「人件費の上昇」	22 件

最も多かったのは「ビジネスパートナーの確保」であり、次いで「為替の変動」「法制度や規制の複雑さ、不明確さ」「人材・労働力の確保」となった。（図20）

前回調査時においても、これらの回答は若干の順位に変動はありながらも同様に上位を占めており、国内のビジネス展開とは違った課題が明確となった。

図 20 海外展開における課題又は支障やリスクと認識していること



(複数回答、N=440)

【その他の記載欄】

○自社をPRする機会及び費用

7. 海外ビジネスの与条件と想定している為替レート

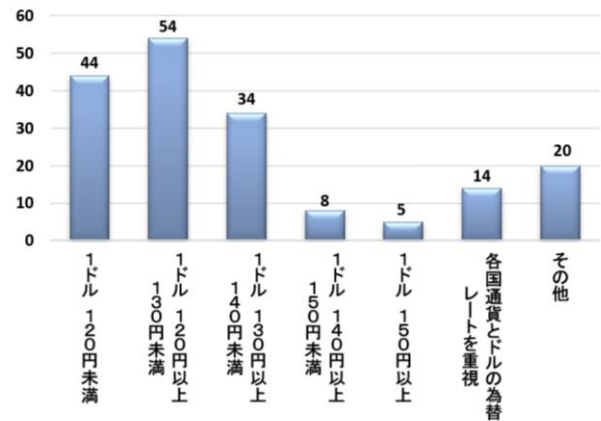
「4. 今後の海外ビジネスの方針」の項目で「拡大方針」「現状維持」「縮小・撤退」「現在行っていないが、新たに取り組みたい」と答えた企業において、今後3年程度で海外ビジネスの与条件とし想定している為替レートは次のとおりとなった。

「1ドル120円未満」	44件
「1ドル120円以上130円未満」	54件
「1ドル130円以上140円未満」	34件
「1ドル140円以上150円未満」	8件
「1ドル150円以上」	5件
「各国通貨とドル為替レートを重視」	14件

今回のアンケートで初めて調査を行った事項である。

為替レートは日々変動している中で、企業における想定為替レートは様々であることが伺える。(図21)

図 21 海外ビジネスの与条件と想定している為替レート



(複数回答、N=179)

【その他の記載欄】

○円建て決済なのでリスクはない。

○取引の都度、スポットレートを元に見積を作成してから提示して、受注している。
(金属製品加工業)

○特に条件はないが、比較的円高が不利である。
(コンサルタント業)

○基本的に円安が良い。また、為替レートに左右されない体制を作りたい。
(電子機器製造)

V. 経営課題・その他

1. 現時点での経営課題

現時点での経営課題については以下のとおりとなった。

「人材育成・確保」	239 件
「受注確保・販路開拓・拡大」	238 件
「新技術・新製品の研究開発」	120 件
「資金繰り」	100 件
「事業承継」	94 件

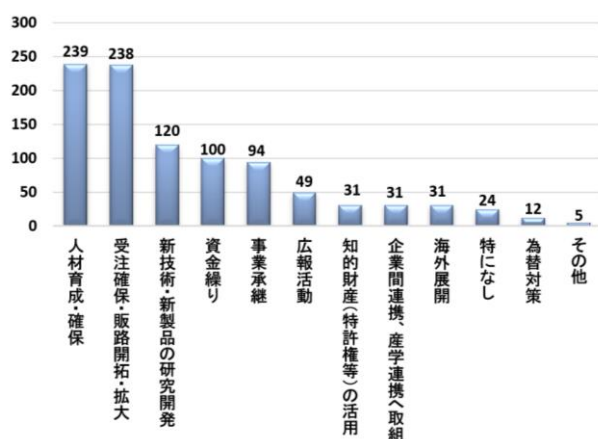
※参考 前回（令和4年8月）

「受注確保・販路開拓・拡大」	295 件
「人材育成・確保」	228 件
「新技術・新製品の研究開発」	134 件
「資金繰り」	110 件
「事業承継」	70 件

上位5項目については前回と同様の結果となった。「人材育成・確保」と「受注確保・販路開拓・拡大」の順位が入れ替わったが、依然としてこの2項目が上位であることには変わりがない。

（図22）

図22 現時点での経営課題



（複数回答、N=974）

【その他の記載欄】

- 生産性の向上。
- 海外との価格競争。
- 資材・部品の調達が困難な状況にあり、新たな調達ルートを見つけるなど改善したい。

2. 経営課題・その他に関する意見等

（自由回答・一部抜粋）

【事業・経営方針に関するもの】

- システムの導入を考えている。非常に難しいが、チャレンジして変革したい。
- SDGsに関しては、自治体（又は国）が先導して企業を巻き込んで行わないと難しい。
- 脱炭素やSDGsは大切だと思っても何から手をつけるかがよく分からないので、業種別に第一歩としての取組事例やセミナー等があるとありがたい。
- SDGsやカーボンニュートラルの取組やアイデアを共有又は発表する機会があればよい。
- 海外（アジア）で事業を行っている。そこで日本企業としての必要性を見出す。
- 下請け企業であるが、海外との価格競争が激化し、安価なものは海外に流れてしまい、それ以外の採算性の低いものしか請け負えない。そのような状況で、人件費の向上を図ることは難しい。
- 受注減少、仕入価格や人件費の上昇、休日の増加に対応しながら利益を出すために経営者個人の資産を投下しており、事業を継続する意味が分からなくなっている。

【自治体施策に関するもの】

- 製造業に対するイメージ向上のための施策があるとよい。
- 人材確保を促進する施策があるとよい。
- コロナ融資の返済に窮している企業が多い。行政からの支援施策があるとよい。
- 特許権を活用する上での支援策があるとよい。