

## IV 特別調査事項

### 1 円高が経営に与える影響について

### 2 海外展開・海外取引のための社内人材育成について

#### 1 円高が経営に与える影響について

- 「悪い影響がある」13.7%、「悪い影響、良い影響両方ある」13.3%、「良い影響がある」8.6%と、経営に影響のある企業は、全体の35.6%であった。
- 悪い影響の内容は、「受注（売上）減」（37.8%）が最も多く、次いで「取引先の業績悪化」（33.0%）、「コスト削減要求」（22.2%）の順であった。
- 良い影響の内容は、「仕入価格の低下」（59.7%）が最も多く、「電気料金・燃料コストの低下」（40.5%）、「受注（売上）増」（5.3%）の順であった。
- 円高への対応策としては、「固定費の削減」（41.4%）が最も多く、次いで「調達コストの削減」（30.9%）、「新規取引先の開拓」（27.2%）、「製品（商品）価格の見直し」（27.0%）の順であった。

#### 2 海外展開・海外取引のための社内人材育成について

- 自社の社員を海外研修に派遣したか聞いたところ、「平成26年度以前に派遣した」企業は3.0%、「平成27年度に派遣した」は2.7%、「平成28年度以降派遣（予定含む）」は2.3%、「派遣実績・予定なし」は94.5%であった。

### 1 円高が経営に与える影響について

<b>(1) 円高の影響</b>	
「悪い影響がある」13.7%	「悪い影響、良い影響両方ある」13.3%
「良い影響がある」8.6%	「影響はない」40.8%
「分からない」23.6%	
<b>(2) 悪い影響の内容【複数回答】</b>	
「為替差損による収益減」14.8%	「受注（売上）減」37.8%
「取引先の海外シフト」10.5%	「コスト削減要求」22.2%
「輸入品との競争激化」12.4%	「取引先の業績悪化」33.0%
「その他」10.3%	
<b>(3) 良い影響の内容【複数回答】</b>	
「受注（売上）増」5.3%	「仕入価格の低下」59.7%
「電気料金・燃料コストの低下」40.5%	「国外投資がしやすくなる」1.6%
「その他」9.1%	
<b>(4) 円高への対応策（問（2）を回答した企業）【複数回答】</b>	
「固定費の削減」41.4%	「調達コストの削減」30.9%
「製品（商品）価格の見直し」27.0%	「生産拠点の海外移転」1.1%
「海外生産比率を増やす」1.6%	「為替予約等のリスクヘッジ策」1.6%
「新分野の開拓」9.8%	「新規取引先の開拓」27.2%
「その他」10.8%	

### 2 海外展開・海外取引のための社内人材育成について

<b>(1) 社員を海外研修に派遣したか【複数回答】</b>	「H26年度以前に派遣した」3.0%	「H27年度に派遣した」2.7%
	「H28年度以降派遣（予定含む）」2.3%	「派遣実績・予定ともなし」94.5%
<b>(2) 海外研修を実施しない理由【複数回答】</b>	「研修経費の負担が大きい」10.4%	「人員に余裕がない」19.6%
<b>(問（1）で派遣実績・予定なしと回答した企業)</b>	「海外研修先が見つからない」1.9%	「海外研修の実施方法が分からない」2.4%
	「適任者がいない」7.2%	「国内研修で対応」8.4%
	「海外取引がないため必要ない」72.4%	「その他」4.2%
<b>(3) 社員の海外出張（営業等の業務）は・・・【複数回答】</b>	「H27年度に1週間を超える出張あり」6.0%	
	「H27年度に1週間以内の出張あり」9.1%	
	「H27年度には海外出張なし」85.8%	

※本文中の数値については、グラフの他、アンケート調査集計表（P39以下）を参照してください。

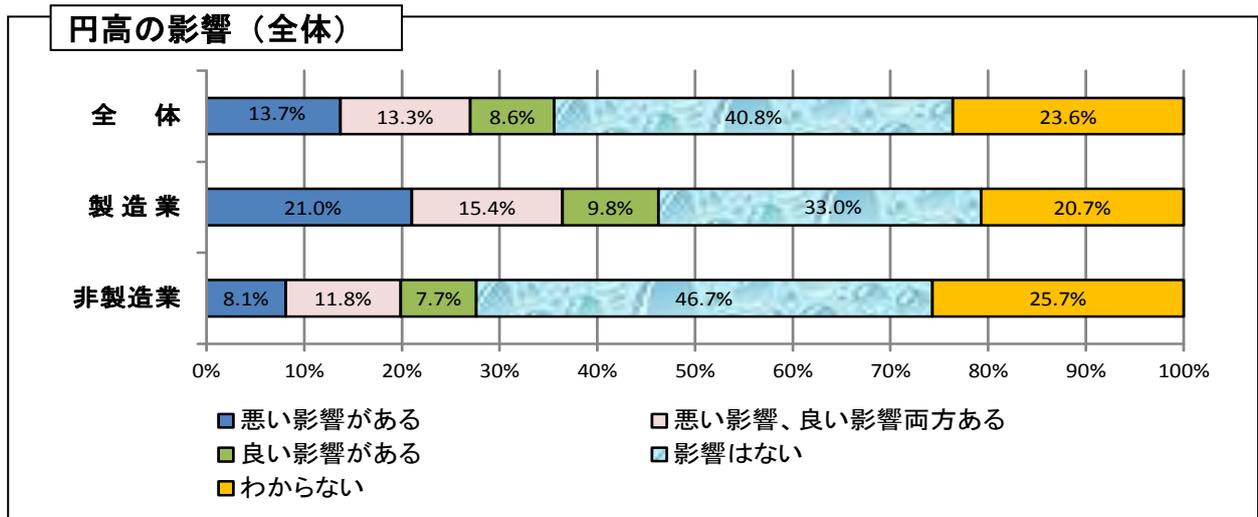
# 1 円高が経営に与える影響について

## (1) 円高の影響（集計表P39参照）

○円高の影響について聞いたところ、「悪い影響がある」は13.7%、「悪い影響、良い影響両方ある」は13.3%、「良い影響がある」は8.6%と、経営に影響のある企業は全体の35.6%であった。一方、40.8%が「影響はない」と回答した。

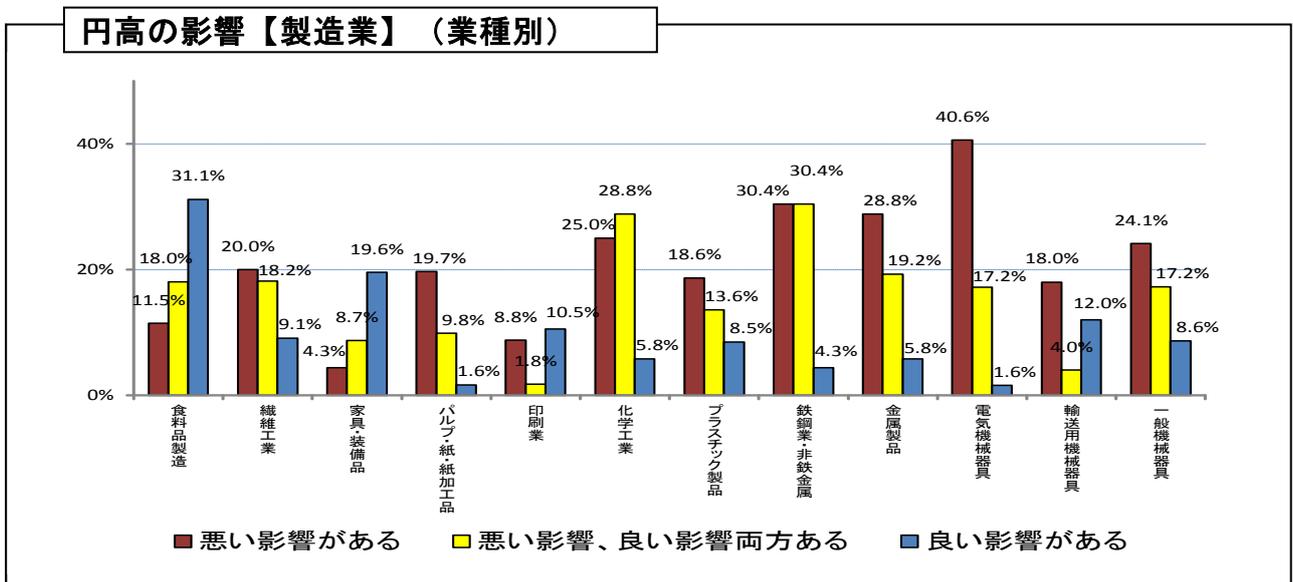
○業種別にみると、経営に影響があると回答した企業は、製造業では46.2%、非製造業では27.6%であった。

○製造業では「悪い影響がある」と21.0%の企業が回答しており、8.1%であった非製造業の約2.6倍となっている。



○製造業を業種別にみると、「悪い影響がある」と回答した企業の割合は、「電気機械器具」（40.6%）で最も高く、次いで「鉄鋼業・非鉄金属」（30.4%）、「金属製品」（28.8%）、「化学工業」（25.0%）の順であった。

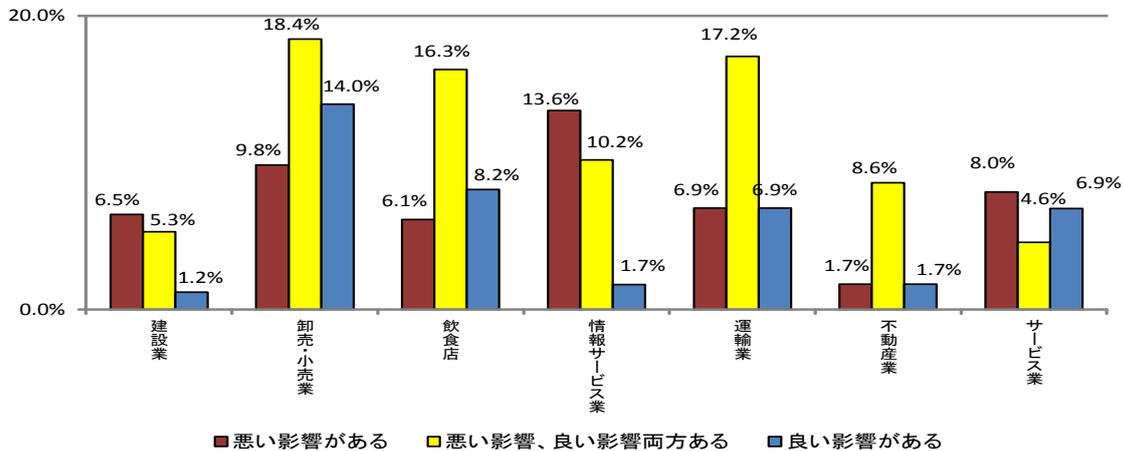
○「良い影響がある」と回答した企業の割合は、「食料品製造」（31.1%）、「家具・装備品」（19.6%）で高く、「悪い影響がある」をそれぞれ19.6ポイント、15.3ポイントと大きく上回った。



○非製造業を業種別にみると、「悪い影響がある」と回答した企業の割合は、「情報サービス業」（13.6%）で最も高く、「良い影響がある」と回答した割合は「卸売・小売業」（14.0%）で最も高かった。

○「卸売・小売業」、「運輸業」、「飲食店」では、「悪い影響、良い影響両方ある」と回答した企業の割合が高く、それぞれ18.4%、17.2%、16.3%であった。

### 円高の影響【非製造業】（業種別）



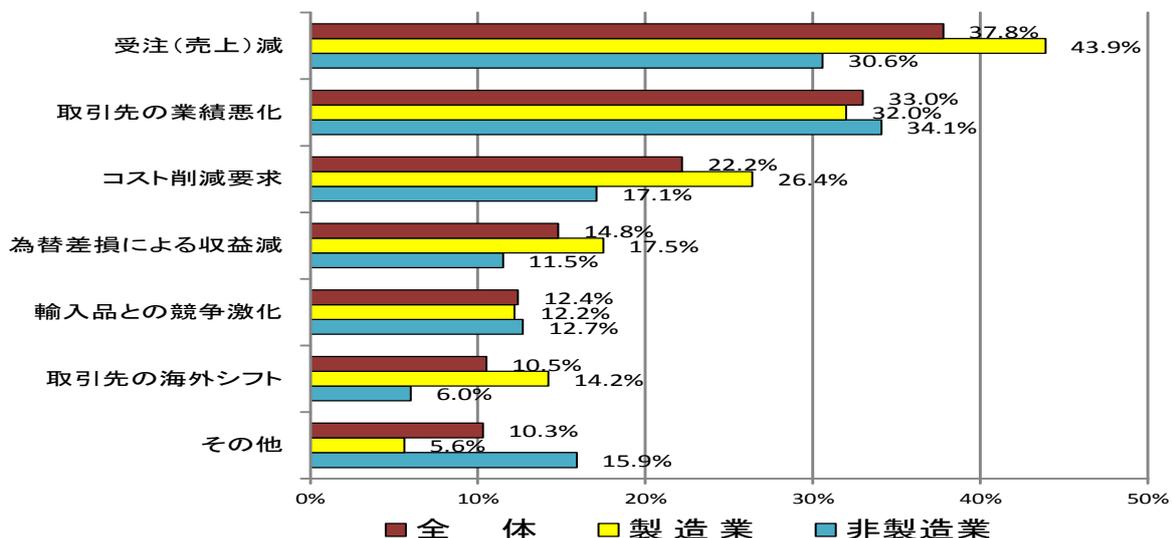
### (2) 悪い影響の内容【複数回答】（集計表P40参照）

○（1）で、「悪い影響がある」及び「悪い影響、良い影響両方ある」と回答した企業に悪い影響の内容を聞いたところ、「受注（売上）減」（37.8%）が最も多く、次いで「取引先の業績悪化」（33.0%）、「コスト削減要求」（22.2%）の順であった。

○業種別にみると、製造業で最も多いのは「受注（売上）減」（43.9%）、非製造業では「取引先の業績悪化」（34.1%）が最も多かった。

○「受注（売上）減」「コスト削減要求」「為替差損による収益減」「取引先の海外シフト」については、製造業が非製造業をそれぞれ13.3ポイント、9.3ポイント、6.0ポイント、8.2ポイント上回った。

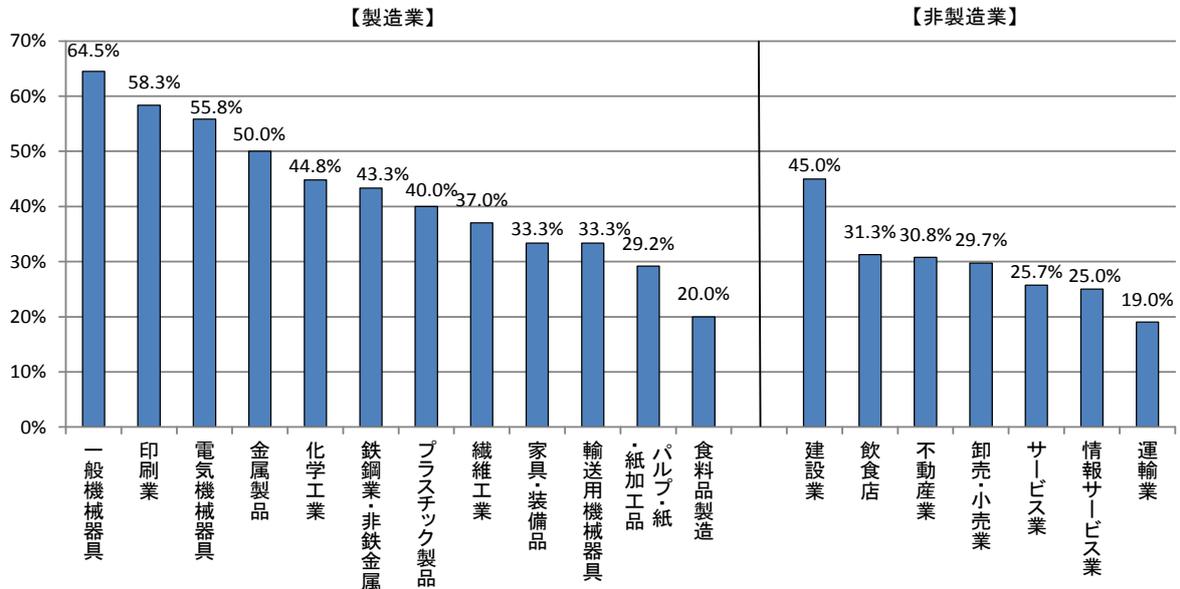
### 悪い影響の内容（全体）【複数回答】



○悪い影響として「受注（売上）減」と回答した企業の割合を業種別にみると、製造業では、「一般機械器具」（64.5%）で最も高く、次いで「印刷業」（58.3%）、「電気機械器具」（55.8%）の順であった。

○非製造業では、「建設業」（45.0%）で最も高く、次いで「飲食店」（31.3%）、「不動産業」（30.8%）の順であった。

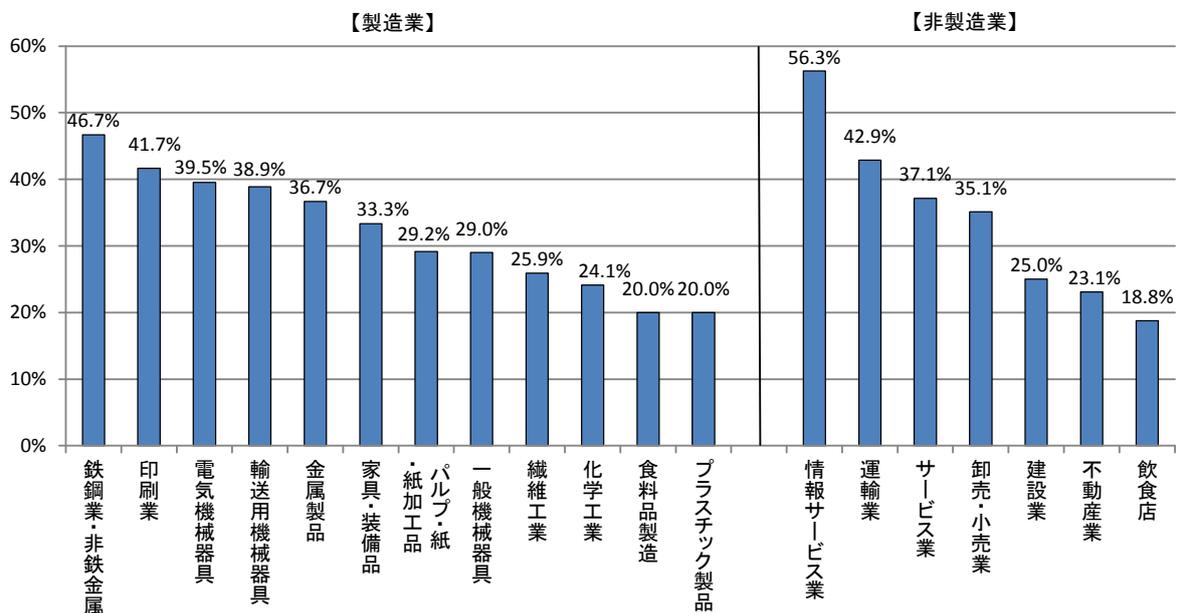
**「受注（売上）減」と回答した企業（業種別）【複数回答】**



○悪い影響として「取引先の業績悪化」と回答した企業の割合を業種別にみると、製造業では、「鉄鋼業・非鉄金属」（46.7%）で最も高く、次いで「印刷業」（41.7%）、「電気機械器具」（39.5%）の順であった。

○非製造業では、「情報サービス業」（56.3%）で最も高く、次いで「運輸業」（42.9%）、「サービス業」（37.1%）の順であった。

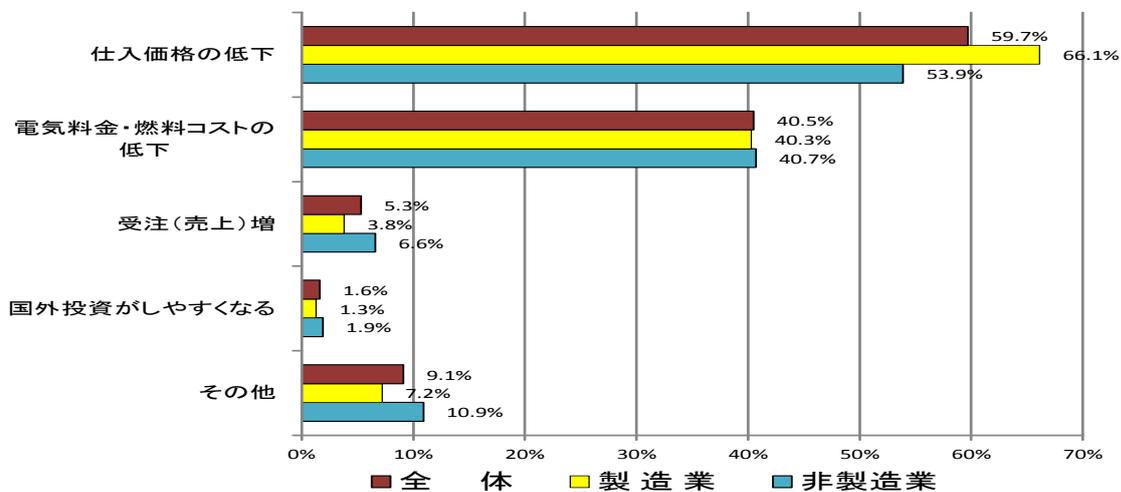
**「取引先の業績悪化」と回答した企業（業種別）【複数回答】**



### (3) 良い影響の内容【複数回答】（集計表P41参照）

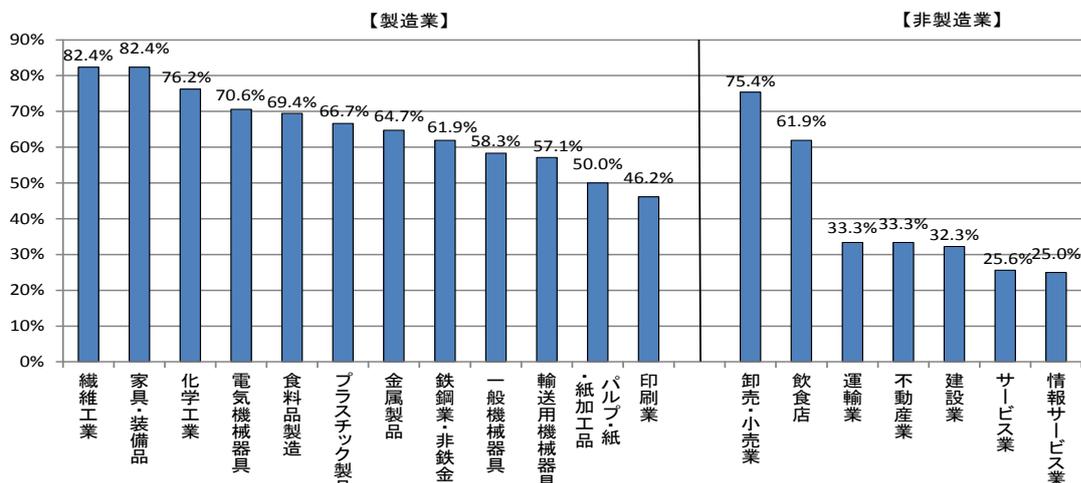
- (1)で、「良い影響がある」及び「悪い影響、良い影響両方ある」と回答した企業に良い影響の内容を聞いたところ、「仕入価格の低下」（59.7%）が最も多く、次いで「電気料金・燃料コストの低下」（40.5%）であった。
- 「受注（売上）増」（5.3%）、「国外投資がしやすくなる」（1.6%）との回答は少なかった。
- 業種別にみると、製造業、非製造業ともに「仕入価格の低下」（製造業が66.1%、非製造業が53.9%）、次いで「電気料金・燃料コストの低下」（製造業が40.3%、非製造業が40.7%）の順であった。
- 「仕入価格の低下」については、製造業（66.1%）が非製造業（53.9%）を12.2ポイント上回った。

良い影響の内容（全体）【複数回答】



- 良い影響として「仕入価格の低下」と回答した割合を業種別にみると、製造業では「繊維工業」（82.4%）、「家具・装備品」（82.4%）で8割を超え、次いで「化学工業」（76.2%）、「電気機械器具」（70.6%）の順であった。
- 非製造業では「卸売・小売業」（75.4%）と「飲食店」（61.9%）で高い割合となった。

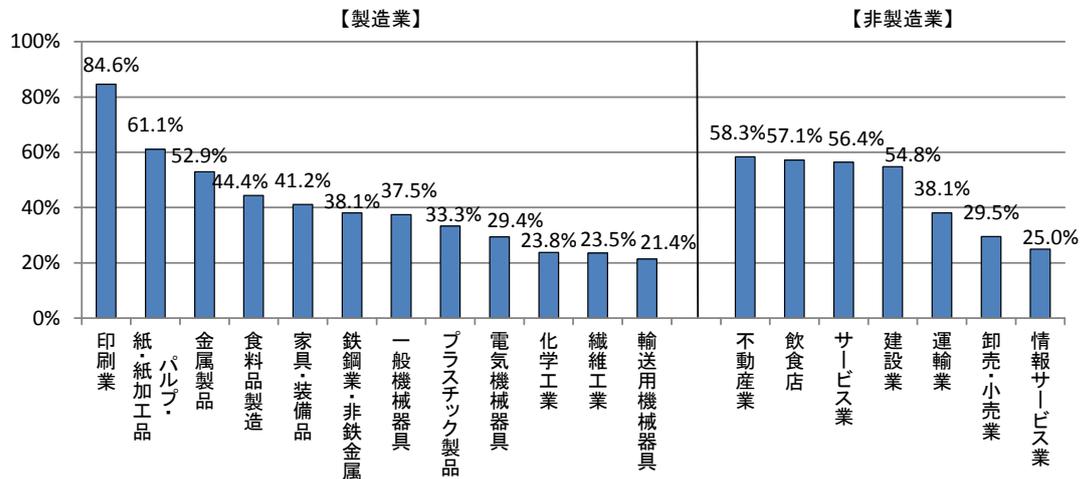
「仕入価格の低下」と回答した企業（業種別）【複数回答】



○良い影響として「電気料金・燃料コストの低下」と回答した割合を業種別にみると、製造業では「印刷業」（84.6%）、「紙・紙加工品」（61.1%）、「パルプ・紙・紙加工品」（61.1%）、「金属製品」（52.9%）の順であった。

○非製造業では「不動産業」（58.3%）、「飲食店」（57.1%）、「サービス業」（56.4%）の順であった。

「電気料金・燃料コストの低下」と回答した企業（業種別）【複数回答】

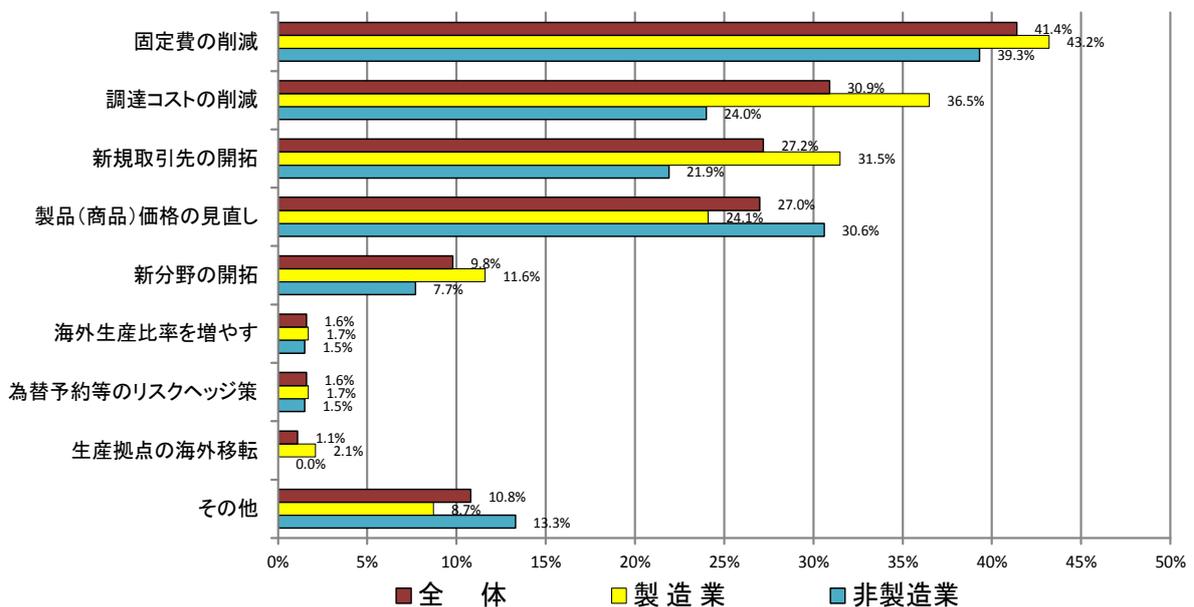


(4) 円高への対応策について【複数回答】（集計表P42参照）

○(2)で、「悪い影響の内容」を回答した企業に、円高への対応策を聞いたところ、「固定費の削減」（41.4%）が最も多く、次いで「調達コストの削減」（30.9%）、「新規取引先の開拓」（27.2%）、「製品（商品）価格の見直し」（27.0%）の順であった。

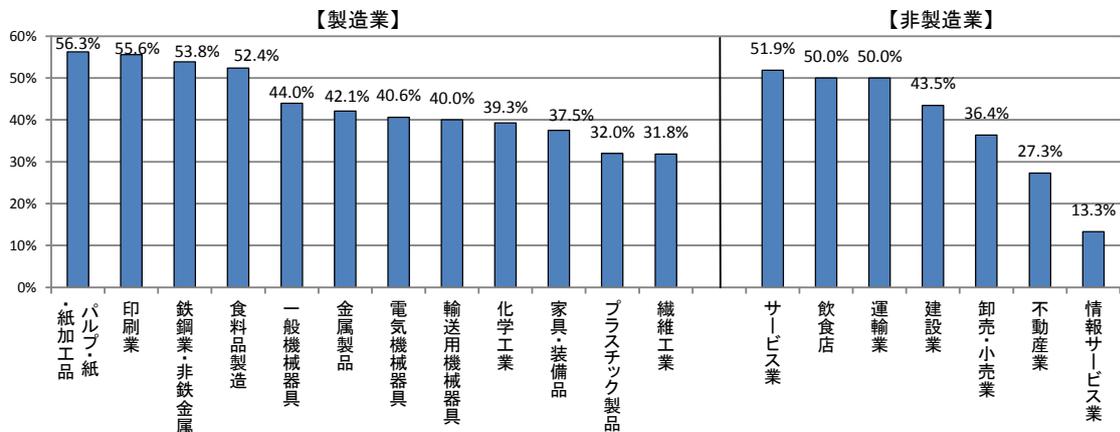
○「固定費の削減」については、製造業、非製造業ともに約4割の企業が回答している。また、製造業では「調達コストの削減」（36.5%）、「新規取引先の開拓」（31.5%）、非製造業では、「製品（商品）価格の見直し」（30.6%）を3割以上の企業が挙げている。

円高への対応策（全体）【複数回答】



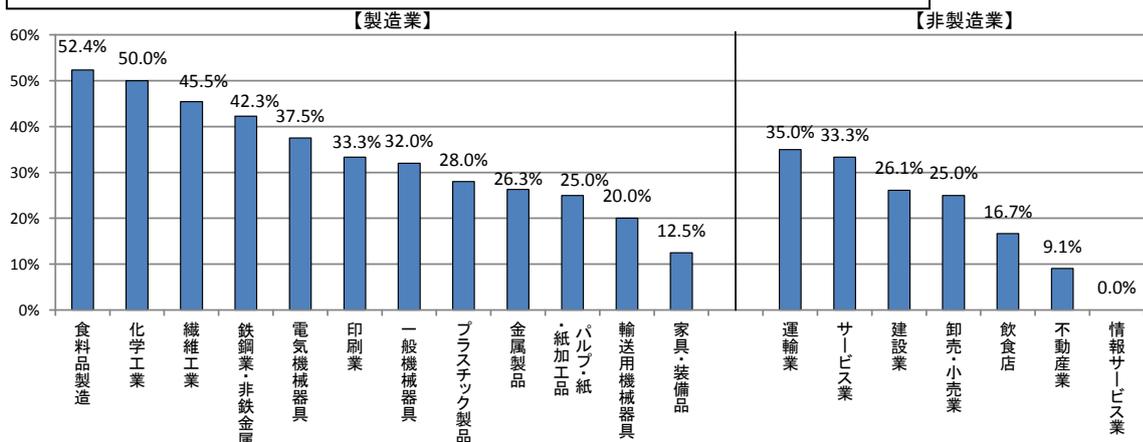
○対応策について業種別にみると、「固定費の削減」と回答した割合は、製造業では「パルプ・紙・紙加工品」（56.3%）、「印刷業」（55.6%）の順で、非製造業では「サービス業」（51.9%）、「飲食店」（50.0%）、「運輸業」（50.0%）の順であった。

**「固定費の削減」と回答した企業（業種別）【複数回答】**



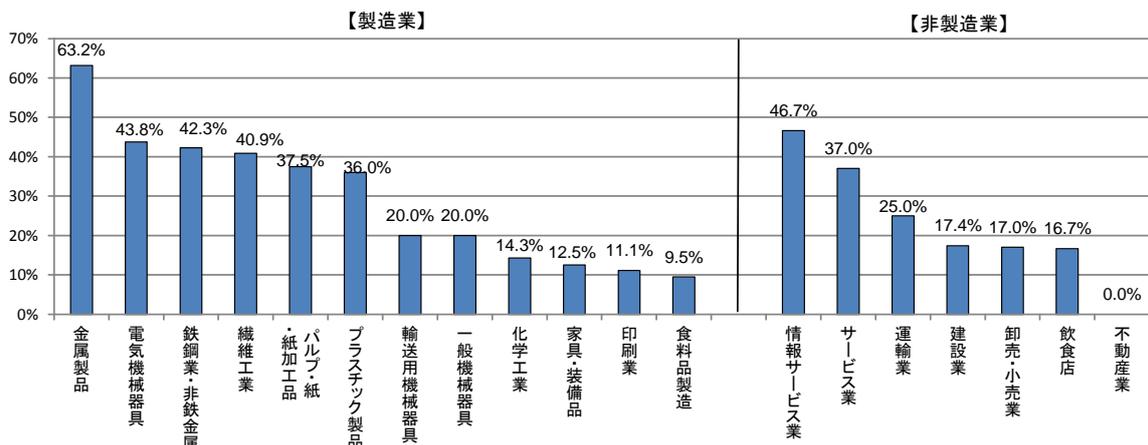
○「調達コストの削減」については、製造業では「食料品製造」（52.4%）、「化学工業」（50.0%）の順で、非製造業では「運輸業」（35.0%）、「サービス業」（33.3%）の順であった。

**「調達コストの削減」と回答した企業（業種別）【複数回答】**



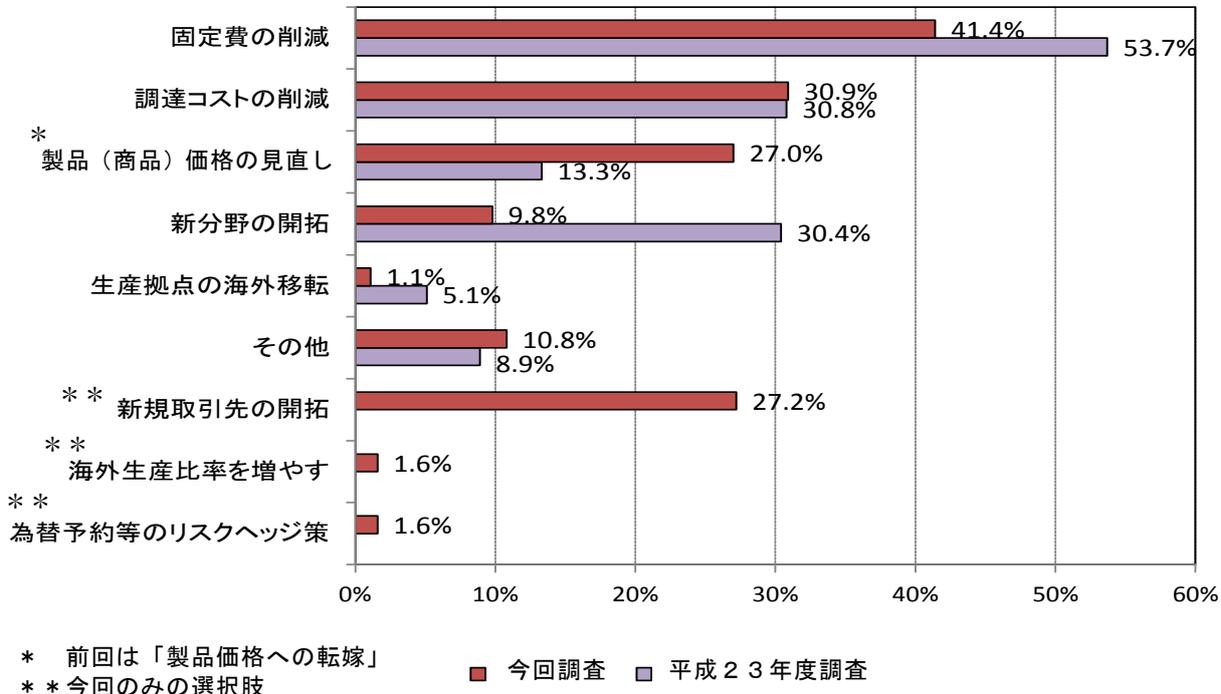
○「新規取引先の開拓」については、製造業では「金属製品」（63.2%）、非製造業では「情報サービス業」（46.7%）が最も高い割合であった。

**「新規取引先の開拓」と回答した企業（業種別）【複数回答】**



○企業の対応策の傾向の変化について、平成23年度の円高の際に調査した結果と比べると、「固定費の削減」や「新分野の開拓」「生産拠点の海外移転」と答える企業が減少し、「製品（商品）価格の見直し（製品価格への転嫁）」が増加している。また、今回調査で設けた選択肢「新規取引先の開拓」を挙げた企業は、27.2%であった。

### 平成23年度調査結果との比較（対応策）【複数回答】



\*参考：H28年7月平均1ドル=103.96円、H23年7月平均1ドル=79.52円

### 【ヒアリング調査における企業の声】

#### <製造業>

- 円高の影響はすぐに原材料仕入価格には反映されず、影響はもっと先に出てくるのではないかと。先々は仕入価格の低下というメリットが考えられる。（食料品製造）
- 120円台の円安水準の際には生産が国内に戻ってくる動きがあったが、今の水準では動きがない。（金属製品）
- 為替の影響を受ける取引先の業績悪化が、コスト削減要求となって当社に跳ね返ってくるが、現時点では影響はない。（電気機械器具）
- 短期的には仕入価格の面で良い影響があるが、長期的に見ると円安の方が日本経済全体に良い状態（仕事がある状態）となり当社にとっても良い。（鉄鋼製品）

#### <非製造業>

- インバウンドの売上げも少なく、為替相場の変動は売上高に直接影響はない。（百貨店）
- 円高になると、円高還元セール（加工品の安売りセール）ができるが、現時点では実施していない。（スーパー）

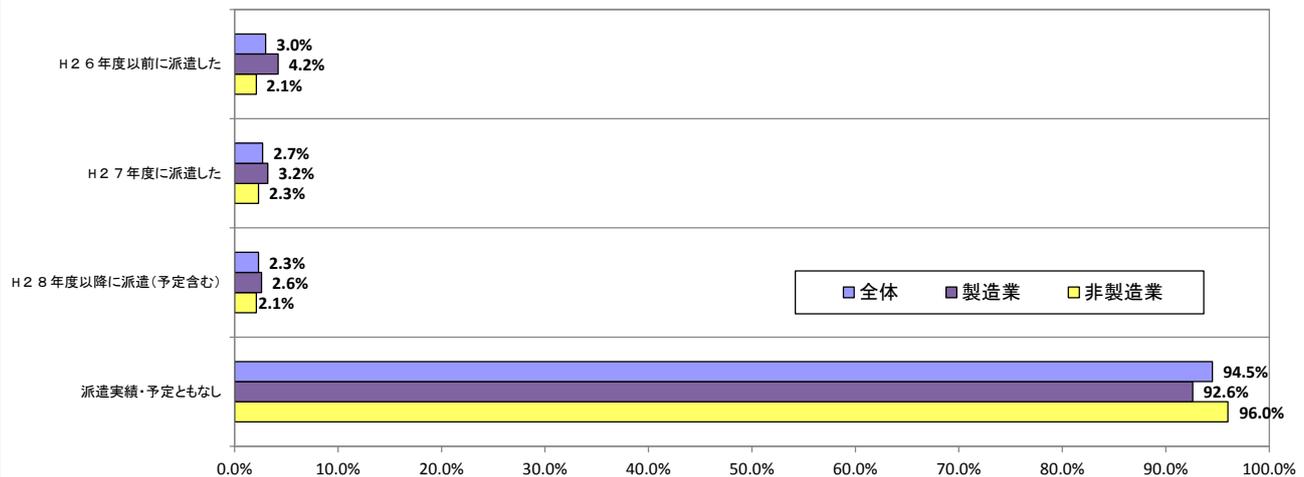
## 2 海外展開・海外取引のための社内人材育成について

### (1) 海外研修への派遣状況【複数回答】（集計表P43参照）

社員を海外研修へ派遣したか聞いたところ、次のとおりであった。

「平成26年度以前に派遣した」	3.0%
「平成27年度に派遣した」	2.7%
「平成28年度以降に派遣（予定含む）」	2.3%
「派遣実績・予定ともなし」	94.5%

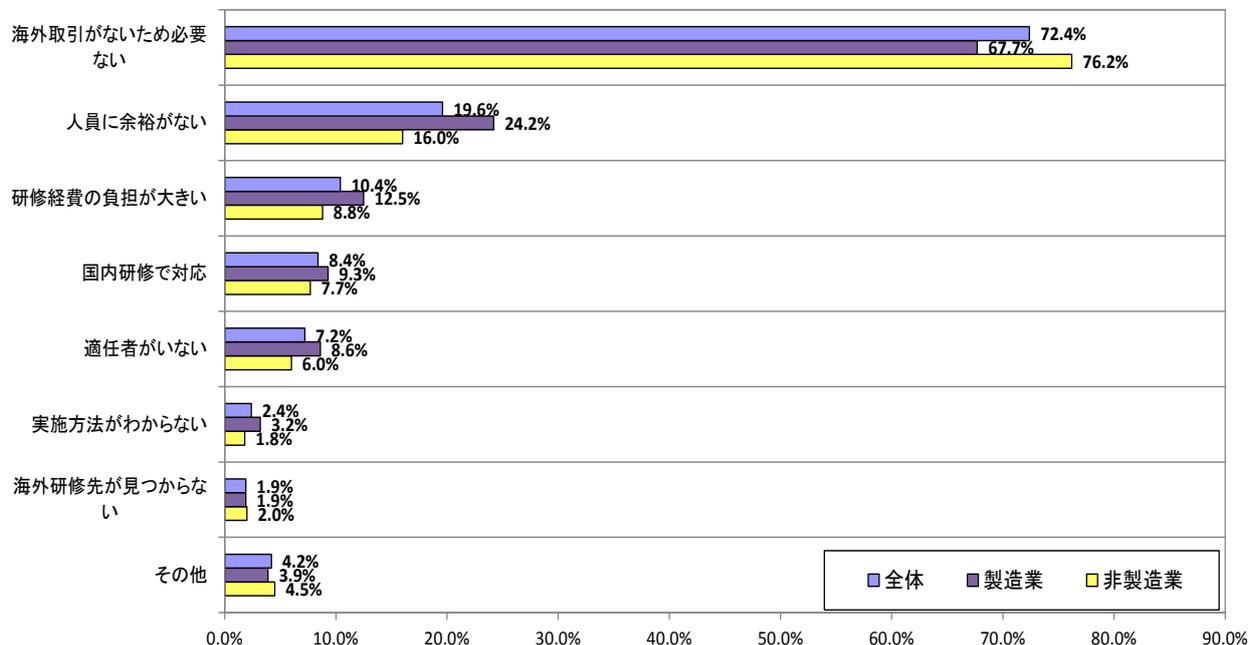
海外研修への派遣状況【複数回答】



### (2) 海外研修を実施しない理由【複数回答】（集計表P44参照）

海外研修を実施しない理由として、「海外取引がないため必要ない」との回答が7割であった。次いで、「人員に余裕がない」（19.6%）、「研修経費の負担が大きい」（10.4%）、「国内研修で対応」（8.4%）、「適任者がいない」（7.2%）の順となっている。

海外研修を実施しない理由【複数回答】



### (3) 海外出張の状況【複数回答】（集計表P 45 参照）

営業・調査のための海外出張について聞いたところ、次のとおりであった。

- 「平成27年度に1週間を超える出張あり」 6.0%
- 「平成27年度に1週間以内の出張あり」 9.1%
- 「平成27年度には海外出張なし」 85.8%

海外出張の状況【複数回答】

