

# 中小企業の円安への対応に関するアンケート 調査結果

平成26年4月15日

東京商工会議所

## 海外需要の減退等により、円安でも輸出企業は減少

### <調査の主なポイント>

#### 中小企業の3分の1は海外展開を実施している

- 中小企業の約3分の1（35.3%）は海外展開を行っており、業種別では、卸売業は約7割（69.0%）、製造業は4割強（45.1%）と大きく、建設業（12.3%）、サービス業（14.7%）では1割程度となっている。（3ページ 表1-1、4ページ 図1-2）

#### 前回調査と比較すると、輸出を行っている企業は減少した

- 前回調査（平成24年10月）と比べ、円安の状況下にも関わらず「輸出を行っている」と回答した企業は25.1%から16.5%と8.6%減少した。主な要因としては、海外の需要減退に伴う引合いの減少などが挙げられている。中小企業にとっては、円安であっても取引先の経営状況や輸出相手国の景気などの影響により、輸出を増やしたくても増やせない状況にある。（5ページ 図1-4）

#### 円安による「デメリットのほうが大きい」企業は半数

- 円安による「デメリットのほうが大きい」企業は約半数（49.1%）を占めた。「デメリットのほうが大きい」理由としては、「仕入価格の上昇」（71.4%）が最も多く、次いで「原材料・部品価格の上昇」（49.7%）、「燃料価格の上昇」（37.5%）の順となり、コスト面での影響が上位にきている。一方、「メリットのほうが大きい」企業は約1割（11.9%）であった。（6ページ 表2-1、図2-1、7ページ 図2-4）

#### 輸出をしている企業では、円安であっても「メリットのほうが大きい」企業は3分の1

- 輸出を行っている企業のうち「メリットのほうが大きい」企業は約3分の1（36.4%）にとどまった。輸入を行っている企業では「デメリットのほうが大きい」と回答した企業が約7割（71.6%）に及んだ。輸出を行っている企業でも、海外の景気が低迷しており、取引先の需要が伸びず円安でも輸出額を増やせていない。（8ページ 図2-5、6、7）

## 調査概要

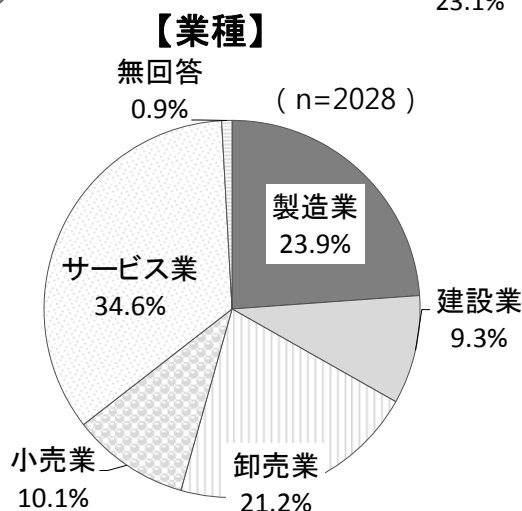
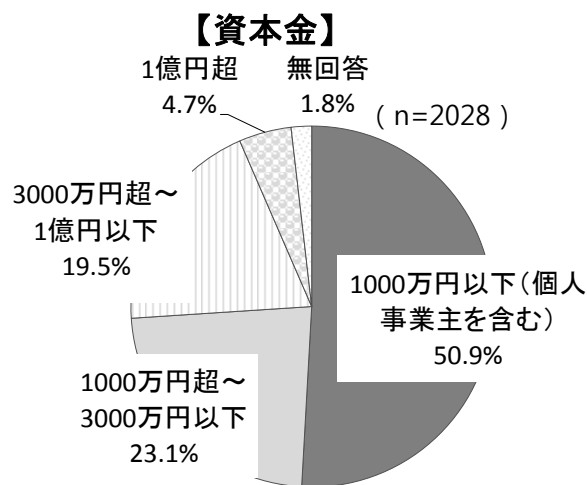
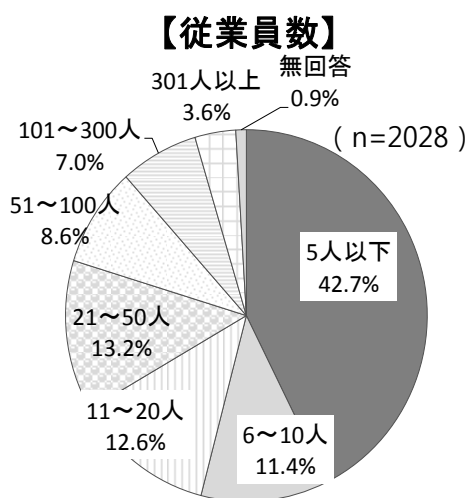
- 調査目的：東京23区内の中小企業等の経営に為替変動が及ぼす影響と各社の対応について把握するため本調査を実施した。
- 調査期間：平成26年2月17日～3月13日
- 調査対象：東京商工会議所会員企業を中心とした中小企業等 3,492社
- 調査方法：事務局員による聴き取りおよびFAX等
- 回答数：2,028社（回収率：58.1%）

## 回答企業の属性

回答企業の事業規模について、従業員数では「5人以下」（42.7%）が最も多く、「6～10人」（11.4%）、「11～20人」（12.6%）を合わせると、20人以下が7割弱（66.7%）を占めている。

資本金別では「1千万円以下（個人事業主含む）」（50.9%）が半数を占め、続いて「1千万円超～3千万円以下」（23.1%）、「3千万円超～1億円以下」（19.5%）となっている。

業種別では、「サービス業」（34.6%）、「製造業」（23.9%）、「卸売業」（21.2%）、「小売業」（10.1%）、「建設業」（9.3%）、の順となっている。



# 調査結果

## 【海外展開の取り組み状況】

約3分の1（35.3%）は、何らかの海外展開を行っており、「行っていない」（64.7%）と回答した企業が最も多い。【表1-1】、【図1-1】

なお、本調査の海外展開は、①輸出を行っている、②輸入を行っている、③海外に拠点を持っている、④海外企業との業務委託を行っていることをいう。

業種別にみると、卸売業で海外展開に取り組む企業は、約7割（69.0%）と大きく、建設業、サービス業ではそれぞれ12.3%、14.7%と1割となっている。【図1-2】

資本金別にみると、資本金額が増えるにしたがって、海外展開を行っている企業の割合も増加し、資本金額が3,000万円を超える企業では、およそ半数が海外展開を行っている。【図1-3】

【表1-1】

(n=1979) (複数回答)

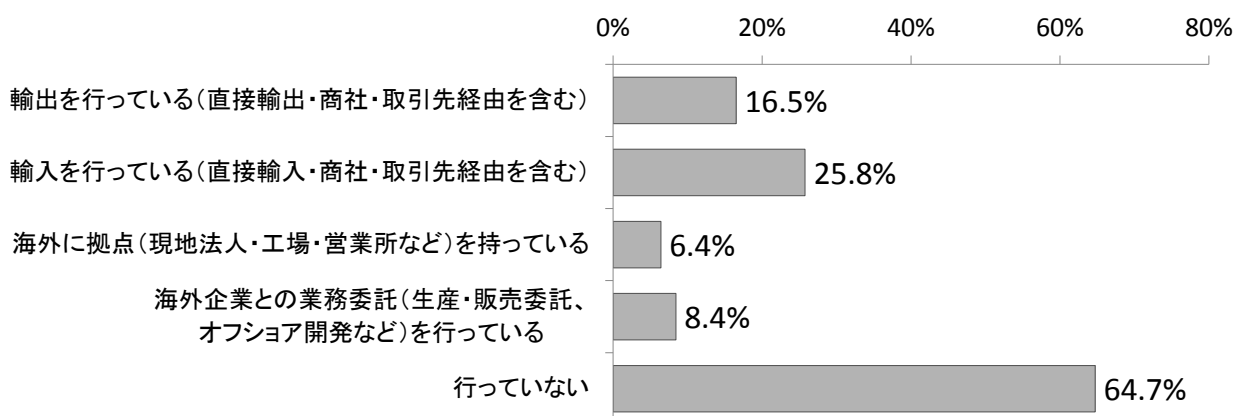
【海外展開の取り組み状況について】	件数	%
輸出を行っている(直接輸出・商社・取引先経由を含む)	327	16.5%
輸入を行っている(直接輸入・商社・取引先経由を含む)	510	25.8%
海外に拠点(現地法人・工場・営業所など)を持っている	127	6.4%
海外企業との業務委託(生産・販売委託、オフショア開発など)を行っている	167	8.4%
行っていない	1281	64.7%

海外展開に取り組む企業は、35.3%  
(1,979-1,281=698)

【図1-1】

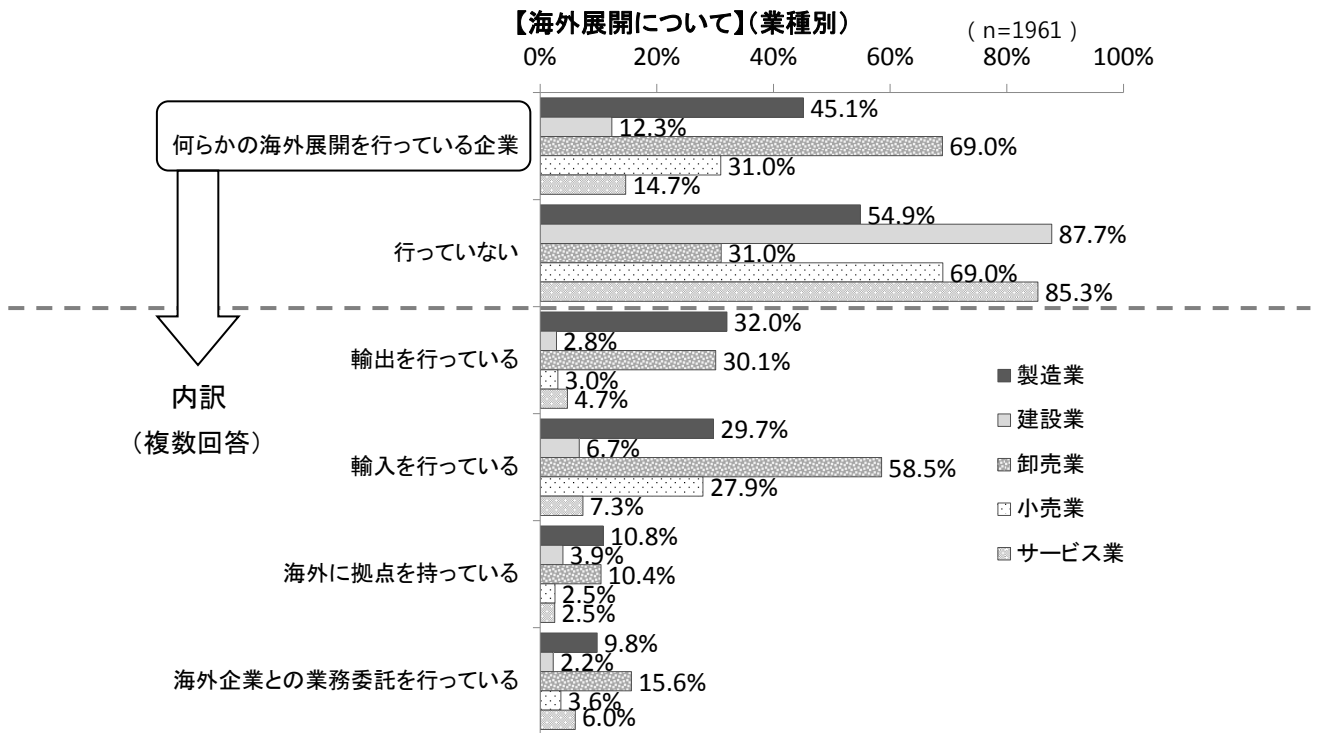
【海外展開の取り組み状況について】

(n=1979)



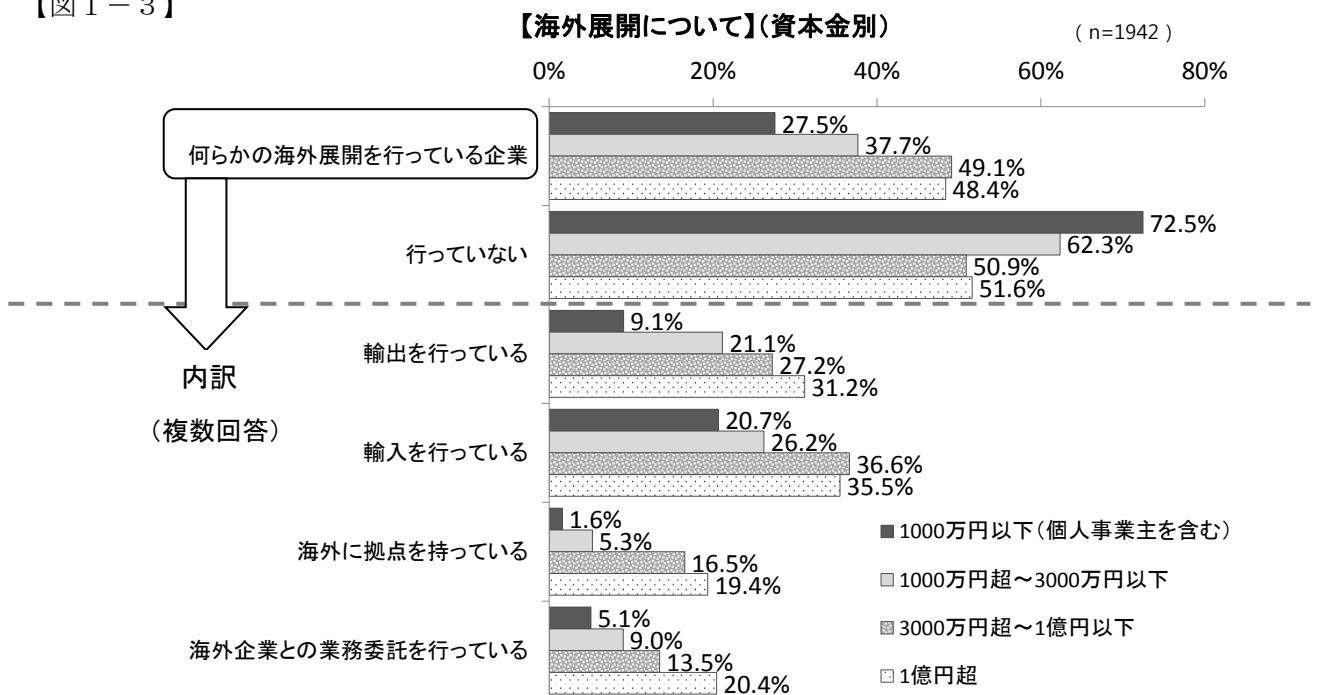
■業種別

【図1-2】



■資本金別

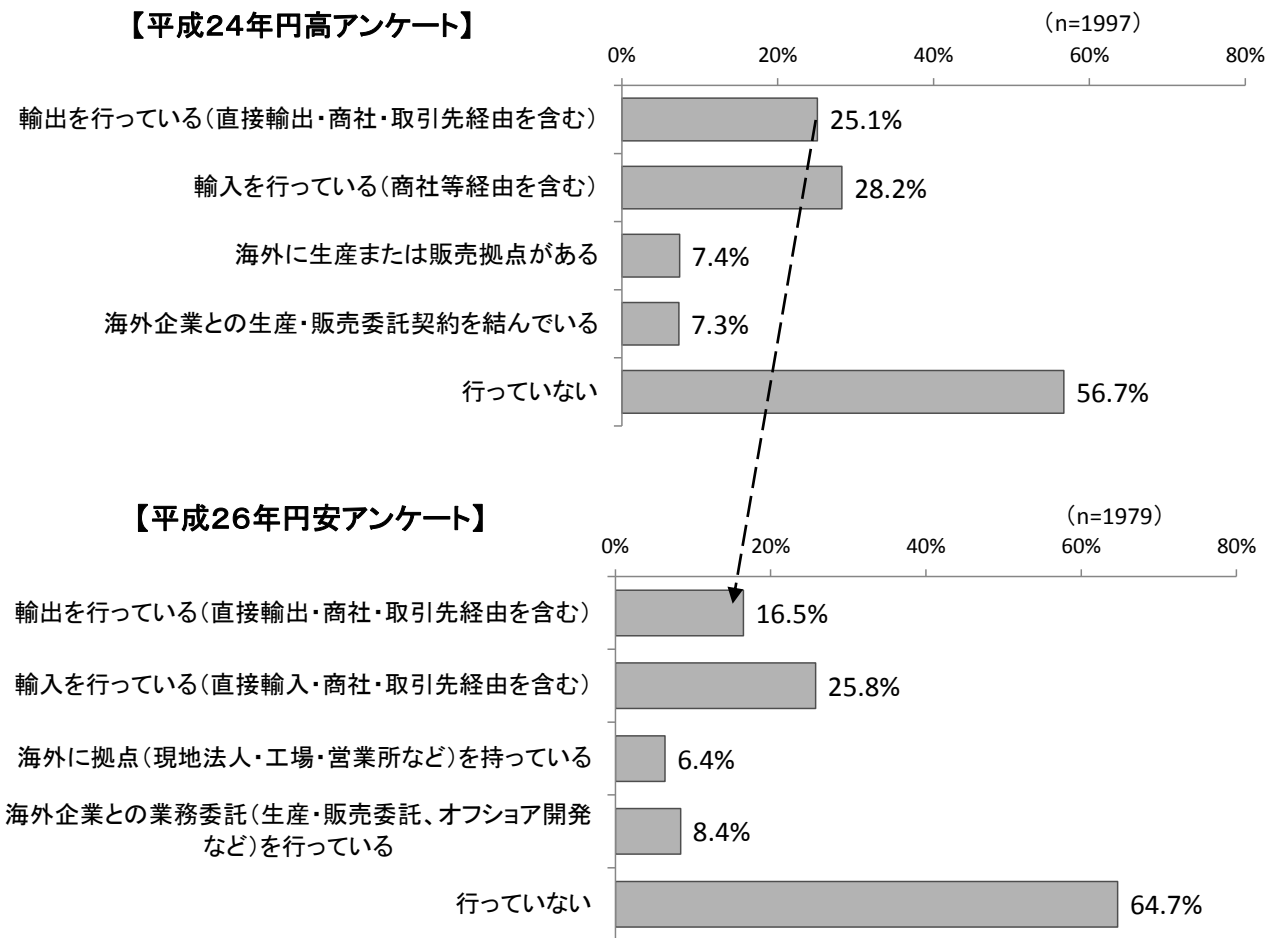
【図1-3】



## 【海外展開の取り組み状況】・・・平成24年度会員企業アンケートとの比較

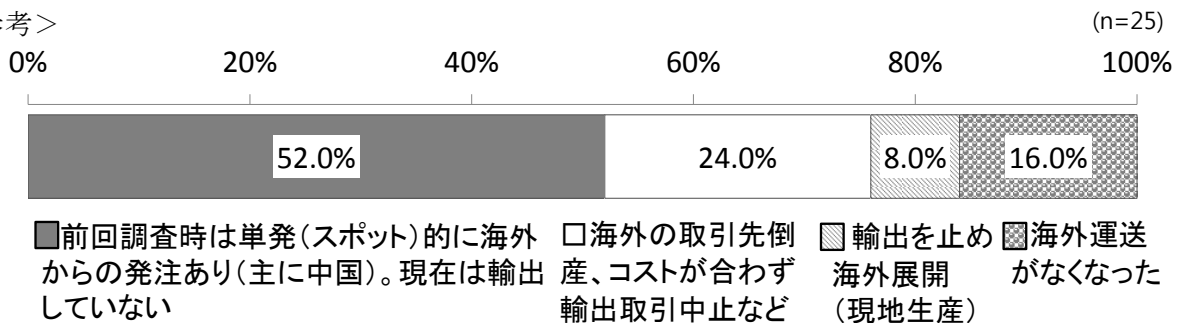
海外展開の取り組み状況について、平成24年10月に発表した『中小企業等の円高への対応に関するアンケート』と比較してみると、円安の状況下にも関わらず「輸出を行っている」と回答した企業は25.1%から16.5%と8.6%減少した。【図1-4】主な要因としては、海外の需要減退に伴う引合いの減少などが挙げられている。中小企業にとっては、円安であっても取引先の経営状況や輸出相手国の景気などの影響により、輸出を増やしたくても増やせない状況にあることがわかった。

【図1-4】 【海外展開の取り組み状況について】



輸出を行っている企業は前回調査から174社（前回：501社→今回：327社）減少した。両調査に回答した25社に追加調査を実施した。

<参考>



## 【円安が与える影響とその具体的内容】

円安が与える影響については、「デメリットのほうが大きい」（49.1%）と回答した企業が全体の半数を占め、「メリットのほうが大きい」（11.9%）は1割程度にとどまった。【表2-1】、【図2-1】

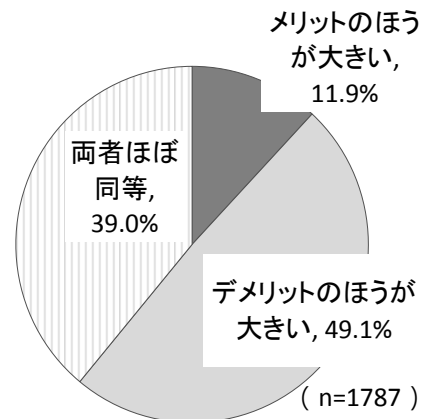
業種別にみると、製造業、卸売業、小売業では「デメリットのほうが大きい」と回答した企業が半数を超えている。【図2-2】

資本金別にみると、規模が大きくなるにつれ「メリットのほうが大きい」と回答した企業が増えている。【図2-3】

【表2-1】

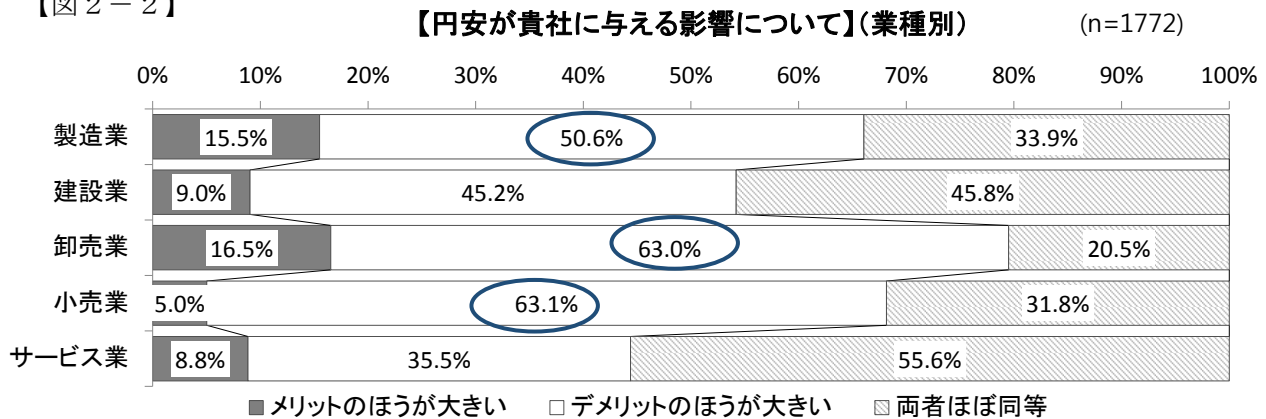
【円安が与える影響について】	件数	%
メリットのほうが大きい	213	11.9%
デメリットのほうが大きい	877	49.1%
両者ほぼ同等	697	39.0%
	1787	100.0%

【図2-1】



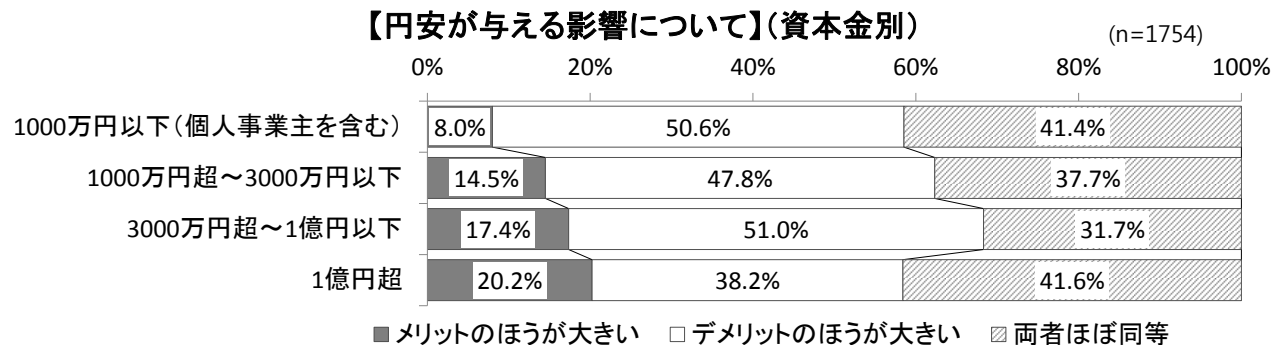
### ■業種別

【図2-2】



### ■資本金別

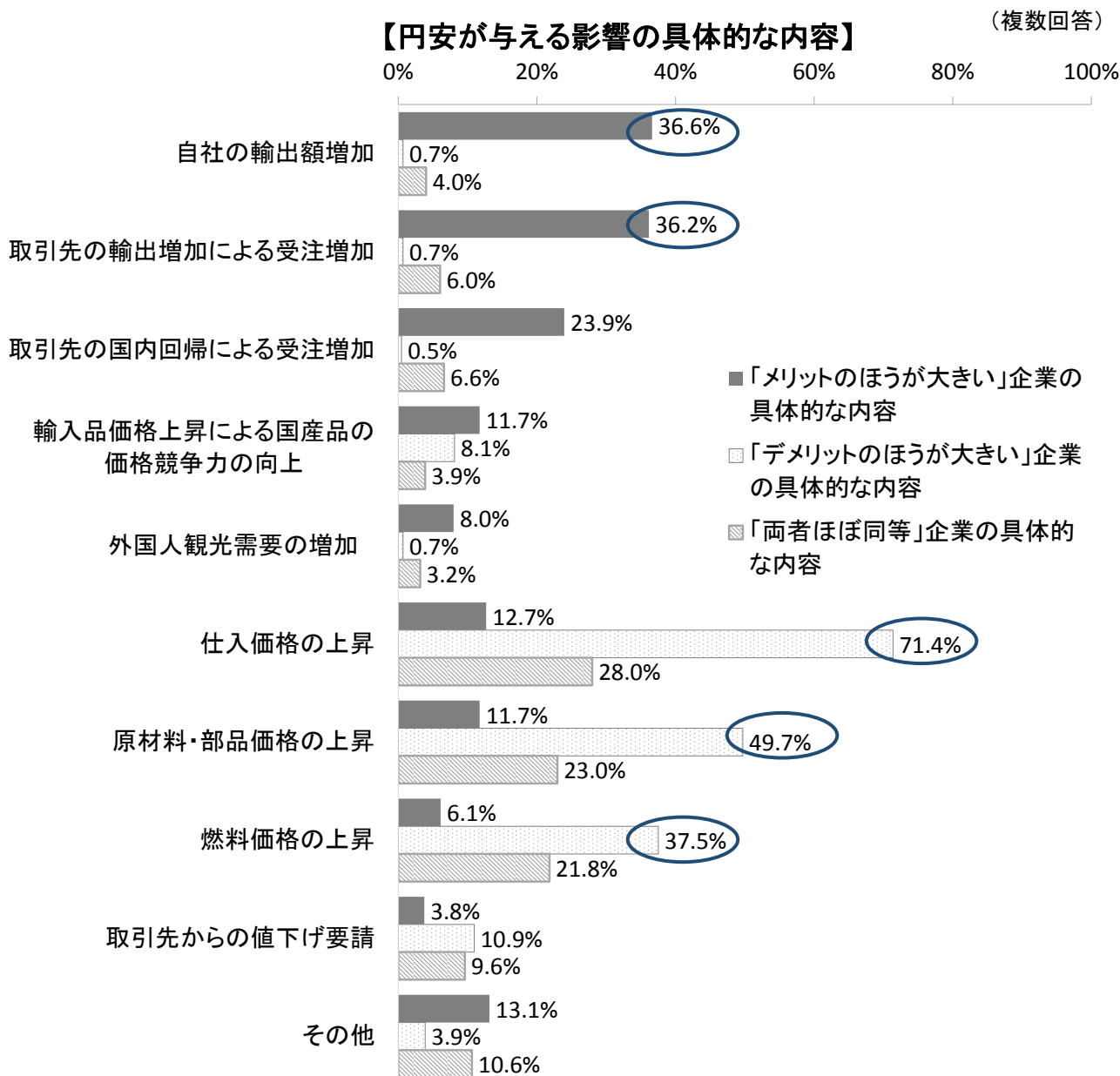
【図2-3】



円安の影響について、「メリットのほうが大きい」と回答した企業が、具体的な内容として挙げたのは「自社の輸出額増加」（36.6%）、「取引先の輸出増加による受注増加」（36.2%）であった。【図2-4】

一方、「デメリットのほうが大きい」と回答した企業では、「仕入価格の上昇」（71.4%）と最も多く、次いで「原材料・部品価格の上昇」（49.7%）、「燃料価格の上昇」（37.5%）とコスト面での影響が上位にきている。【図2-4】

【図2-4】



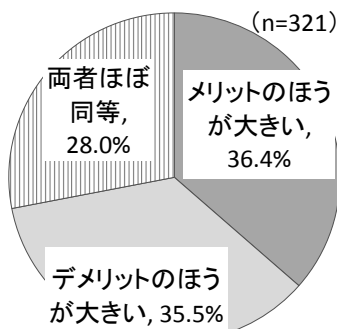
## 【円安が与える影響とその具体的な内容（輸出をしている企業、輸入をしている企業）】

輸出をしている企業では、円安になっても「メリットのほうが大きい」と回答した企業は約3分の1（36.4%）にとどまった。海外の景気が低迷しており、取引先の需要が伸びず、円安でも輸出額を増やせていない。円安によるマイナスの影響を受け、「デメリットのほうが大きい」と回答した企業も約3分の1（35.5%）であった。【図2-5】輸出をしている企業であっても、「自社の輸出額増加」（35.1%）より、「仕入価格の上昇」（50.2%）を挙げる割合が多い。【図2-6】

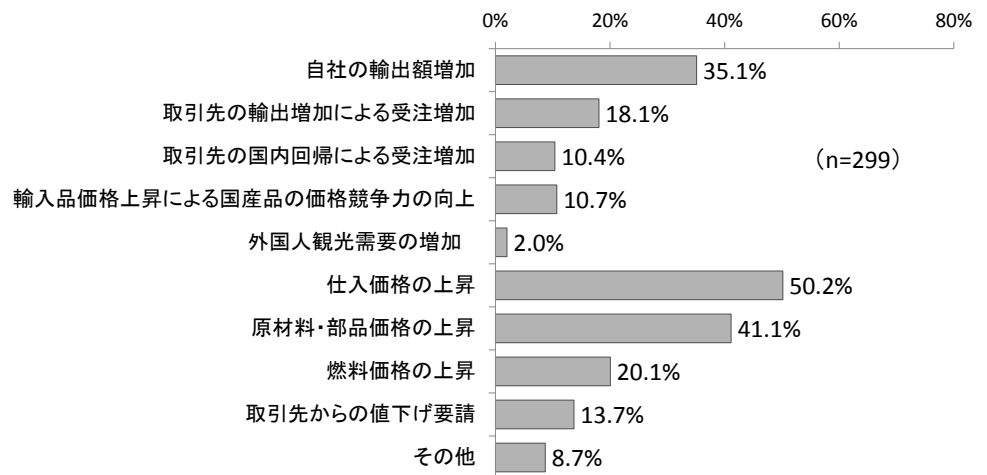
一方、輸入をしている企業では、円安による「デメリットのほうが大きい」が約7割（71.6%）を占めた。理由は、仕入価格の上昇が圧倒的に多く、76.4%であった。【図2-7】、【図2-8】

### 【円安の影響とその具体的な内容（輸出をしている企業）】

【図2-5】

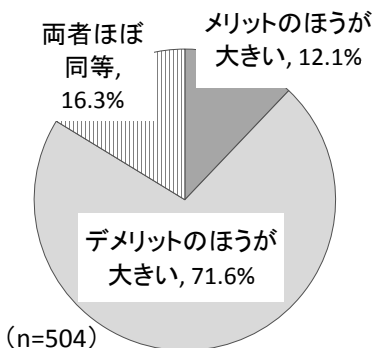


【図2-6】

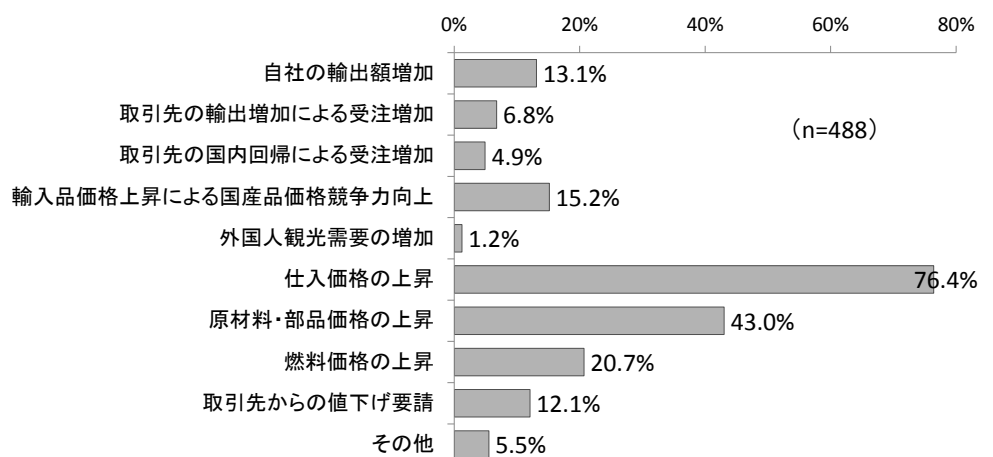


### 【円安の影響とその具体的な内容（輸入をしている企業）】

【図2-7】



【図2-8】





## 【円安が進行したことによる採算への影響について】

円安傾向となる中、採算には「特に変化はない」と回答した企業は約6割（61.0%）であった。「採算が改善した」（6.2%）企業は最も少なく、「採算が悪化した」（32.8%）企業は、採算が改善した企業の約5倍であった。【表3-1】、【図3-1】

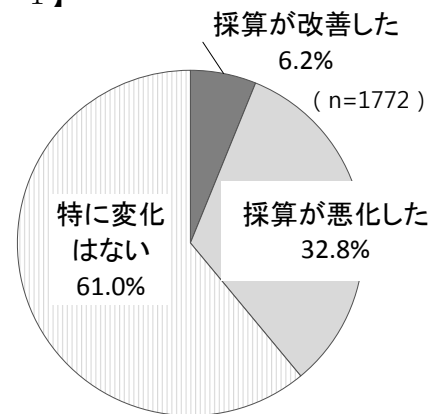
業種別にみると、製造業、建設業、小売業、サービス業の半数以上が「特に変化はない」と回答した。卸売業では58.5%が輸入を行っているため、円安によるマイナスの影響を大きく受けている。【図3-2】、4ページ【図1-2】

資本金別にみると、資本金額が増えるにしたがい「採算が改善した」企業が増えている。【図3-3】

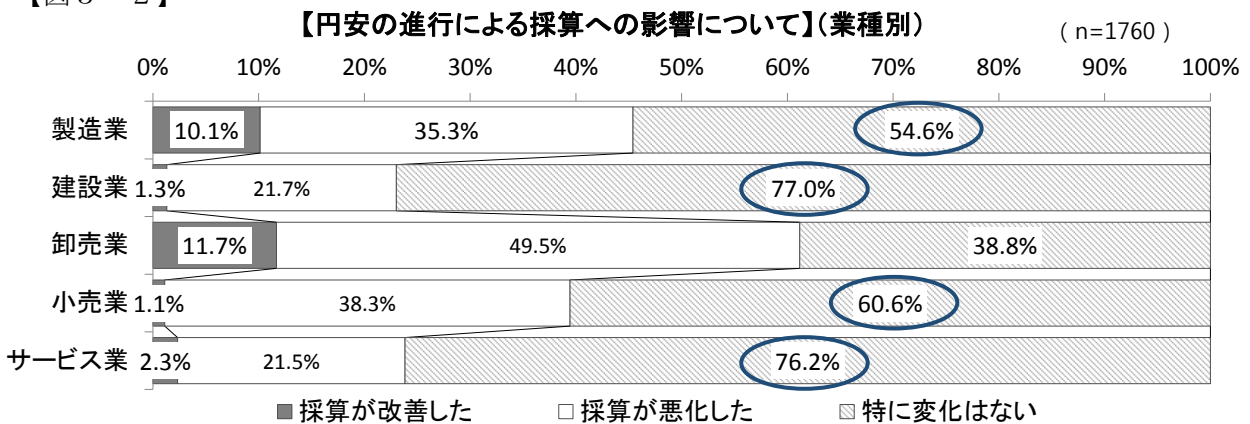
【表3-1】

【円安の進行による採算への影響について】	件数	%
採算が改善した	109	6.2%
採算が悪化した	582	32.8%
特に変化はない	1081	61.0%
	1772	100.0%

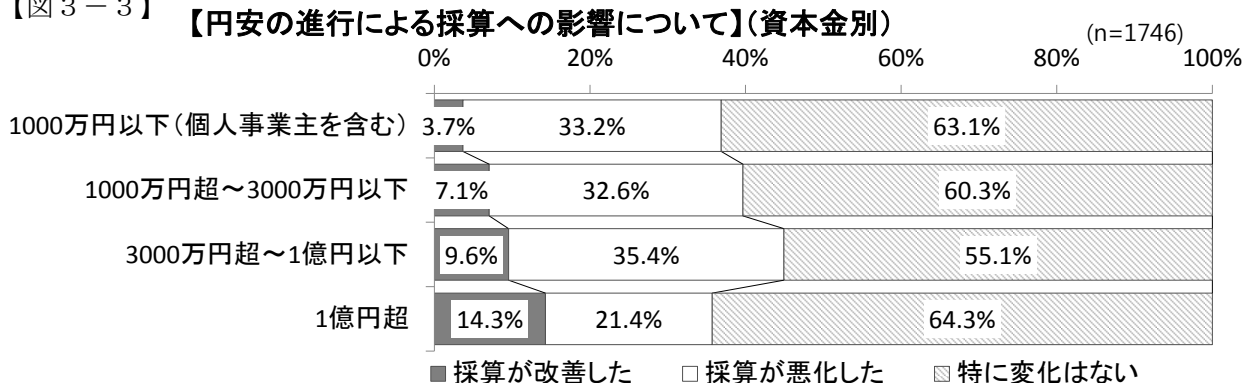
【図3-1】



【図3-2】



【図3-3】



## 回答企業の主なコメント

### ■過去（平成24年10月時点）には、輸出を行っていたが現在は行っていない企業のコメント

- 海外の取引先が倒産した。（製造：特殊鋼・材料加工）
- 海外向け商品の取り扱いがなくなった。（卸売：青果）
- 円高の時に海外取引先から値下げ要請があり、価格競争に負けた。（卸売：衣類へのプリント機材）
- 以前はヨーロッパ向けに取引先経由で展開していたが、コストが合わない等の問題があり中止。現在は国内向け主体。（卸売：ニット製品）
- 取引先の生産拠点が海外移転し、現地調達が進んだため取引停止。現在は国内向け主体。（卸売：合成ゴム）
- 輸入を主体とした事業だが、一部輸出も行っていた。現在は海外からの引き合いがない。（卸売：工作機械販売）
- 以前はスポットで海外からの引き合いがあったが、現在はない。（製造：商業印刷）
- 海外拠点があり現地生産を行っているため、現在輸出はしていない。（製造：スリッパ）
- 現在も輸出を行っているが、海外取引先からのコストダウン要請が厳しく、数量は減少しほぼゼロに近い。（製造：プラスチック製品、半導体製造）
- 現在も輸出を行っているが、海外取引先からの価格設定が厳しく、数量は減少しほぼゼロに近い。（卸売：食品）

### ■輸出入が減少し、国内回帰した企業のコメント

- 取引先が戻ってきた。円安により中国、韓国での生産を国内にシフトした取引先が増加、全体の受注数量が上向いている。（製造：繊維製品）
- 円安のせいか、外国に注文していた得意先が2社ほど国内に発注するようになった。（製造：エレベーター部品）
- 生産の70%を中国で行い輸入をしているため、デメリットが大きい。8月以降は国内生産を70%に変更決定。（全体生産量を圧縮し、在庫を縮減）（製造：婦人服）
- 円安によりアパレル製品の国内生産への回帰が進んでいる。（製造：アパレル製造）
- 中国生産の先行きが不透明。国内生産回帰の動きがあり、当社の受注増につながっている。（製造：アルミダイキャスト）
- DVDプレスを海外に発注していたが、国内に戻した。景気が良くなっている、という感じがあり、こうも社内の雰囲気が変わるものかと驚いている。（サービス：映像・web・雑誌・書籍制作）
- アパレル小売専門店を営んでいるが、輸入の商材は価格の変動が激しいので、国産中心に移行している。（小売：婦人服）
- 中国・韓国との関係悪化で受注が減少しており国内の販売を強化している。健康食品のターゲットが富裕層向けのため中国の経済情勢はあまり影響しておらず、政治問題のみに絞られる。国内が堅調になっていることもあり、国内を再構築していく体制になっている。（卸売：健康食品）