

# 第 161 回 高知県内企業の景況調査 -2023 年 6 月-

株式会社 四銀地域経済研究所

## Summary

- ◆ 今期（4～6 月期）自社業況の総合判断 BSI は、全産業で-2 となり、前期-10 から 8 ポイント上昇した。製造業、非製造業ともに個人消費関連業種において回復傾向がみられる。
- ◆ 経常利益 BSI は、全業種で-11 となり、前期-19 から 8 ポイント上昇した。販売価格の値上げは浸透しつつあるものの、原材料やエネルギーの高騰分を十分転嫁できていない状況がみられる。
- ◆ 来期（2023 年 7～9 月期）の総合判断 BSI は、全産業で+6。製造業、非製造業とも+6 となり、マイナスから好転する見込み。
- ◆ S D G s への取り組みを尋ねたところ、「すでに取り組んでいる」と「今後取り組む予定」の企業は半数を超えており、S D G s に対する意識は高い。また、それらの企業が取り組む項目は、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」と「働きがいも経済成長も」と回答した企業の割合が最も高かった。

## 調査要綱

高知県の景気動向を観測するため、県内企業経営者へのアンケート方式による景況調査を年 4 回（2・5・8・11 月）実施している。 ※1992 年調査開始（年 2 回）、2000 年から（年 4 回）変更

|      |                                    |
|------|------------------------------------|
| 調査目的 | 高知県内企業の景況感把握                       |
| 調査対象 | 高知県内に事業所を置く法人 151/263 社（回答率 57.4%） |
| 調査方法 | 郵送、電子メール                           |
| 調査事項 | 自社業況の総合判断、売上高、経常利益、設備投資、在庫、雇用など    |
| 調査時期 | 2023 年 5 月 8 日 ～ 6 月 9 日           |

業種別回答企業数

| 業 種     | 回答企業数    | 構成比       |
|---------|----------|-----------|
| 製 造 業   | 飲食品      | 14 9.3    |
|         | 木材・木製品   | 6 4.0     |
|         | 製紙       | 6 4.0     |
|         | 機械       | 10 6.6    |
|         | 窯業・土石    | 4 2.6     |
|         | その他製造    | 10 6.6    |
|         | 製造業 計    | 50 33.1   |
| 非 製 造 業 | スーパー     | 6 4.0     |
|         | 衣料品販売    | 0 0.0 ※   |
|         | 飲食品販売    | 7 4.6     |
|         | 自動車販売    | 7 4.6     |
|         | 建築資材販売   | 7 4.6     |
|         | 石油販売     | 4 2.6     |
|         | その他販売    | 22 14.6   |
|         | 運輸・倉庫    | 7 4.6     |
|         | 宿泊・飲食    | 8 5.3     |
|         | 情報通信     | 5 3.3     |
|         | 不動産・物品賃貸 | 5 3.3     |
|         | その他サービス  | 8 5.3     |
|         | 建設       | 15 9.9    |
|         | 非製造業 計   | 101 66.9  |
| 合 計     |          | 151 100.0 |

資本金規模別回答企業数

| 規 模                | 回答企業数 | 構成比   |
|--------------------|-------|-------|
| 10百万円 未満           | 13    | 8.6   |
| 10百万円以上 ～ 30百万円未満  | 62    | 41.1  |
| 30百万円以上 ～ 50百万円未満  | 41    | 27.2  |
| 50百万円未満 ～ 100百万円未満 | 23    | 15.2  |
| 100百万円 以上          | 12    | 7.9   |
| 合 計                | 151   | 100.0 |

従業員規模別回答企業数

| 規 模        | 回答企業数 | 構成比   |
|------------|-------|-------|
| 5人未満       | 4     | 2.6   |
| 5 ～ 19人    | 39    | 25.8  |
| 20 ～ 49人   | 35    | 23.2  |
| 50 ～ 99人   | 33    | 21.9  |
| 100 ～ 199人 | 21    | 13.9  |
| 200人 以上    | 19    | 12.6  |
| 合 計        | 151   | 100.0 |

注：少数点第2位以下を四捨五入し、端数処理するため、合計が100%にならない場合がある。  
※衣料品販売は集計分析できる数に達しなかったため、その他販売へ算入。

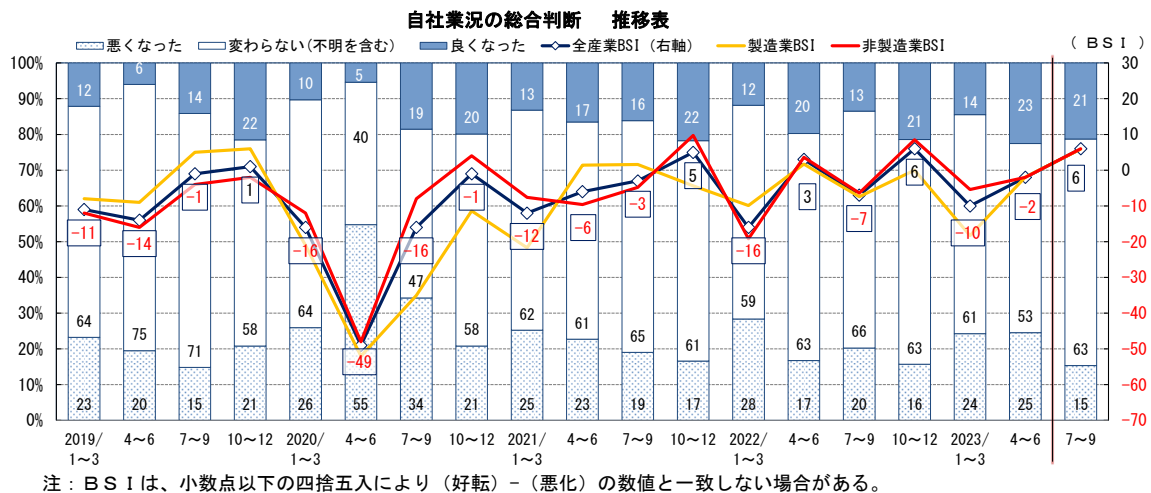
## BSIについて

Business Survey Index（ビジネス サーベイ インデックス）の略称。

好転した企業と悪化した企業の割合の差で企業経営者のマインドから景気判断をみる指標である。前回調査と比較し、BSI がプラスであれば、その項目は「良い、好転、上昇」とみることができ、逆にマイナスであれば「悪い、悪化、下降」と判断できる。

# 1. 2023 年 4～6 月期（今期）見込みと 2023 年 7～9 月期（来期）見通し

## (1) 自社業況の総合判断BSI



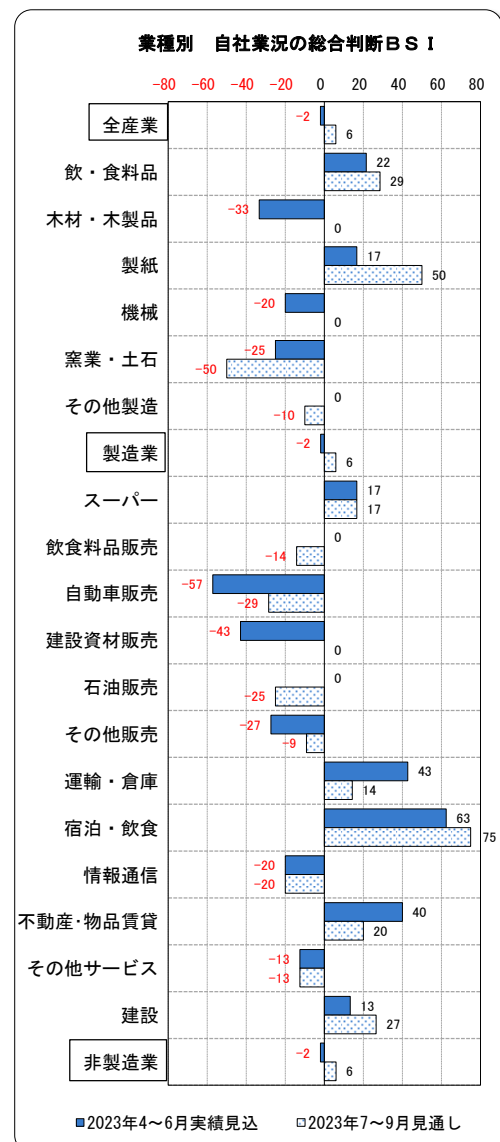
## 2023 年 4～6 月期（今期）見込み

### ～全体的にやや回復傾向がみられる～

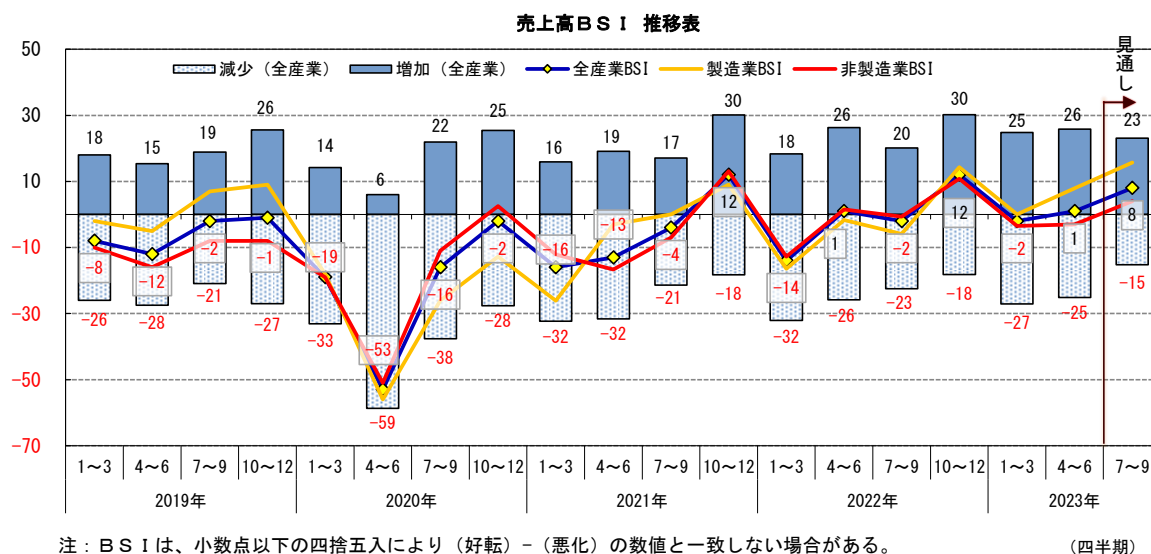
- ◆ 自社業況の総合判断 BSI は、全産業で前期（2023 年 1～3 月）－10 から 8 ポイント上昇し－2 となった。前期と比較すると、18 業種中 13 業種で好転、5 業種で悪化した。
- ◆ 製造業は、前期－18 から 16 ポイント上昇し－2 となった。飲・食料品（+22）や製紙（+17）が好転した。一方、木材・木製品（－33）や窯業・土石（－25）、機械（－20）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期－5 から 3 ポイント上昇し－2 となった。宿泊・飲食（+63）や運輸・倉庫（+43）、スーパー（+17）が好転した。不動産・物品賃貸（+40）や建設（+13）はプラスが続いている。一方、建設資材販売（－43）やその他サービス（－13）は悪化した。また、季節的要因で自動車販売（－57）も悪化した。その他販売（－27）や情報通信（－20）はマイナスが続いている。
- ◆ 特に、製造業、非製造業とも個人消費関連業種において回復傾向がみられる。

## 2023 年 7～9 月期（来期）見通し

- ◆ 全産業で、今期－2 から 8 ポイント上昇し+6 に好転する見通し。
- ◆ 製造業は+6。今期－2 から好転する見通し。
- ◆ 非製造業も+6。今期－2 から好転する見通し。



## (2) 売上高BSI



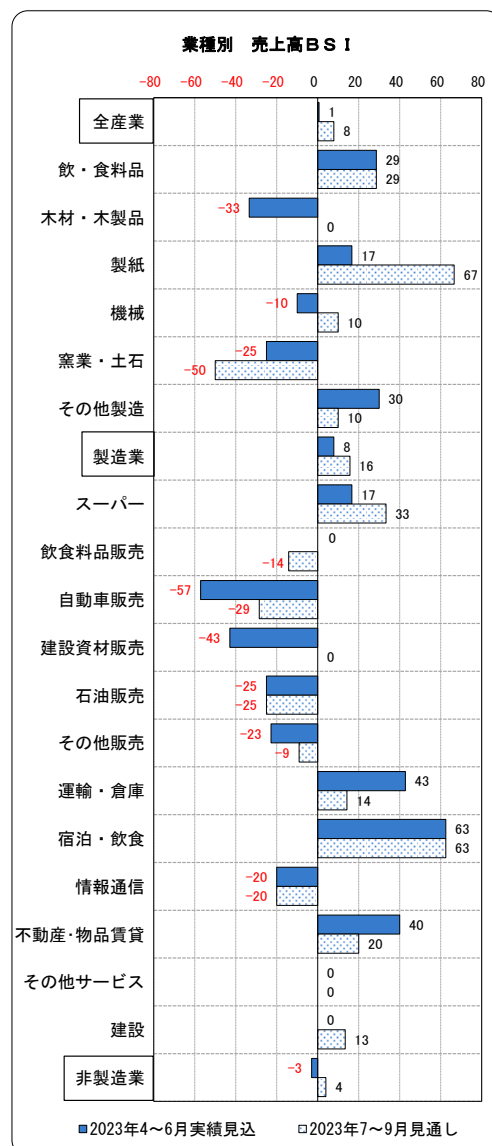
### 2023年4～6月期（今期）見込み

#### ～製造業は好転、非製造業は2期連続のマイナス～

- ◆ 売上高BSIは、全産業で前期－2から3ポイント上昇し+1となった。前期と比較すると、18業種中9業種で好転、7業種で悪化した。
- ◆ 製造業は、前期0から8ポイント上昇し+8となった。その他製造（+30）や飲・食料品（+29）は好転した。製紙（+17）はプラスが続いている。一方、窯業・土石（－25）や機械（－10）は悪化した。木材・木製品（－33）はマイナスが続いている。
- ◆ 非製造業は、前期－4から1ポイント上昇し－3となった。宿泊・飲食（+63）は大きく好転。運輸・倉庫（+43）や不動産・物品賃貸（+40）も好転した。スーパー（+17）はプラスが続いている。一方、建設資材販売（－43）などは悪化した。石油販売（－25）やその他販売（－23）、情報通信（－20）はマイナスが続いている。

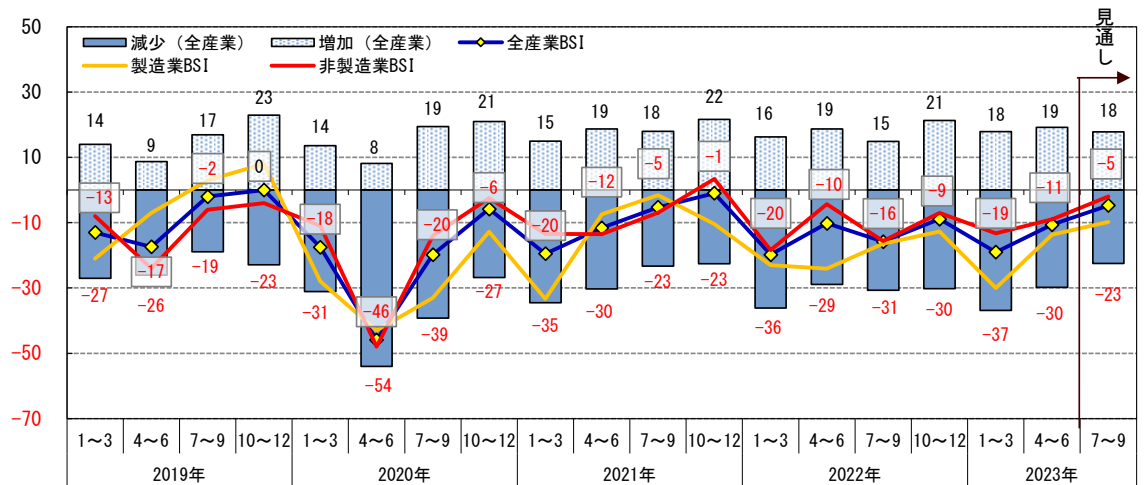
### 2023年7～9月期（来期）見通し

- ◆ 売上高BSIは全産業で、今期+1から7ポイント上昇し+8の見通し。
- ◆ 製造業は今期+8から8ポイント上昇し+16の見通し。
- ◆ 非製造業は+4。今期－3から好転する見通し。



### (3) 経常利益BSI

経常利益BSI 推移表



注：BSIは、小数点以下の四捨五入により（好転）－（悪化）の数値と一致しない場合がある。

（四半期）

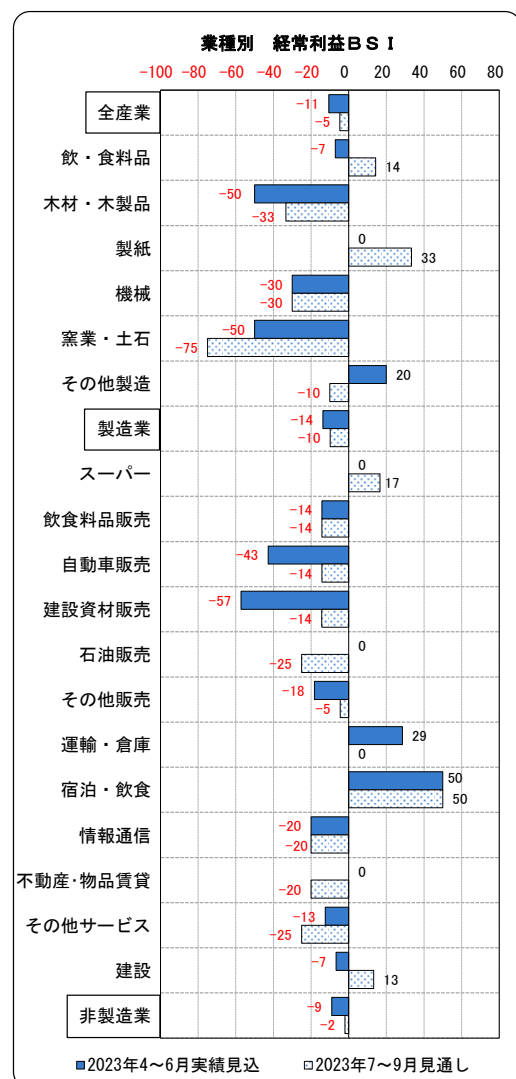
### 2023年4～6月期（今期）見込み

#### ～経常利益面で厳しい状況が続く～

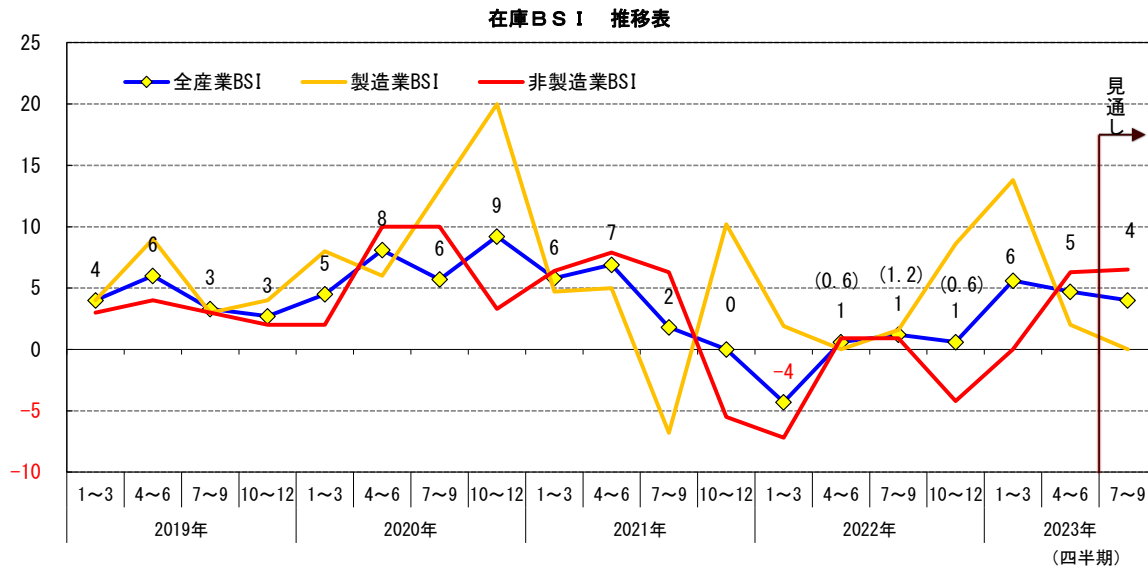
- ◆ 経常利益BSIは、全産業で前期－19から8ポイント上昇し－11となった。14期連続のマイナス。前期と比較すると、18業種中10業種で好転、6業種で悪化した。販売価格の値上げは浸透しつつあるものの、原材料費などの高騰分を十分転嫁できていない状況がみられる。
- ◆ 製造業は、前期－30から16ポイント上昇し－14となった。その他製造（＋20）は好転したものの、それ以外の業種では、大半がマイナスとなっている。
- ◆ 非製造業は、前期－13から4ポイント上昇し－9となった。宿泊・飲食（＋50）や運輸・倉庫（＋29）は好転した。一方、建設資材販売（－57）や情報通信（－20）、その他販売（－18）、その他サービス（－13）はマイナスが続いている。

### 2023年7～9月期（来期）見通し

- ◆ 経常利益BSIは全産業で、今期－11から6ポイント上昇し－5の見通し。
- ◆ 製造業は今期－14から4ポイント上昇し－10となる見通し。
- ◆ 非製造業は今期－9から7ポイント上昇し－2となる見通し。



#### (4) 在庫BSI



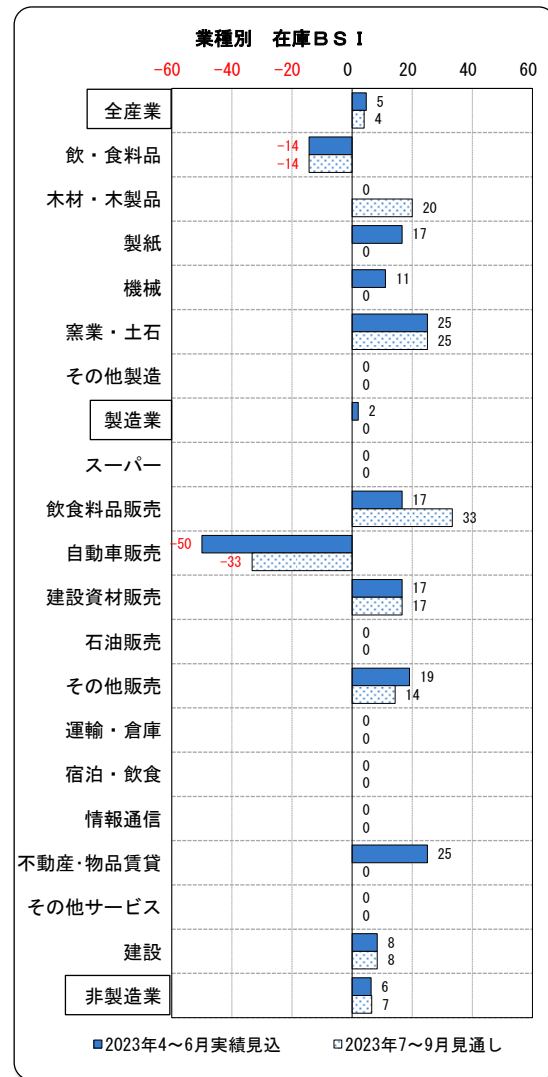
#### 2023 年 4~6 月期 (今期) 見込み

～全体として適正水準にあるものの、自動車販売での不足感は続く～

- ◆ 在庫BSIは、全産業で前期の+6から1ポイント低下し+5となった。
- ◆ 製造業は、前期+14から12ポイント低下し+2となった。飲・食料品(-14)でやや不足感がみられる。一方、窯業・土石(+25)などで過剰感がみられる。製造業全体では「適正」と回答した企業が約8割あった。
- ◆ 非製造業は、前期0から6ポイント上昇し+6となった。半導体などの不足を要因として、新車の長納期化や、中古車の不足で自動車販売(-50)の在庫不足感が強いものの、非製造業全体では「適正」と回答した企業が約8割あった。自動車販売、不動産・物品賃貸(+25)以外は、概ね適正水準にある。

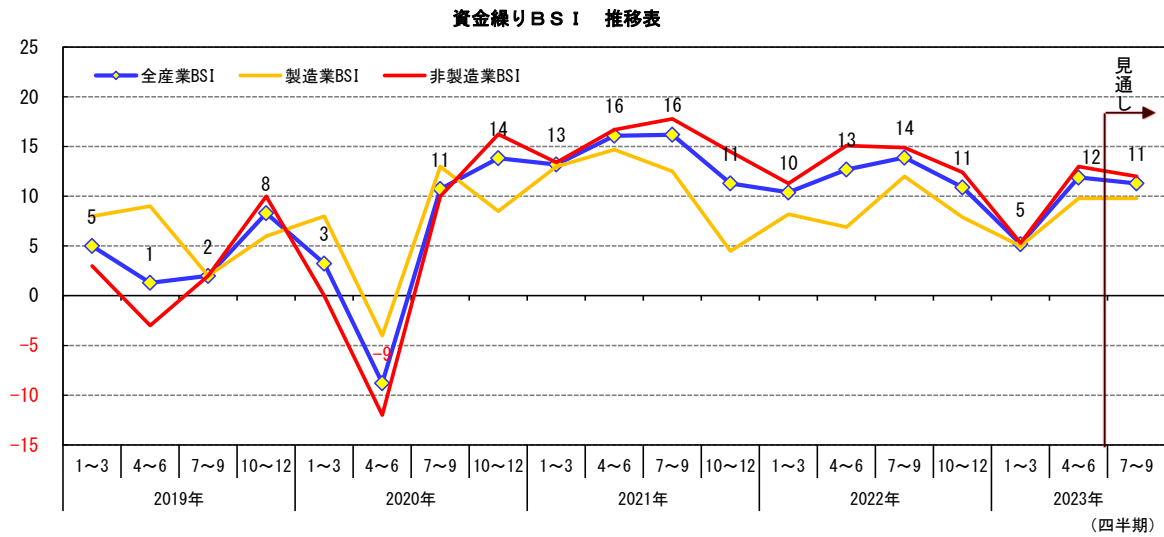
#### 2023 年 7~9 月期 (来期) 見通し

- ◆ 在庫BSIは全産業で、今期+5から1ポイント低下し+4の見通し。
- ◆ 製造業は今期+2から2ポイント低下し0の見通し。
- ◆ 非製造業は今期+6から1ポイント上昇し+7の見通し。自動車販売は-33の見通し。



※在庫を保有している企業を100として算出。

## (5) 資金繰りBSI



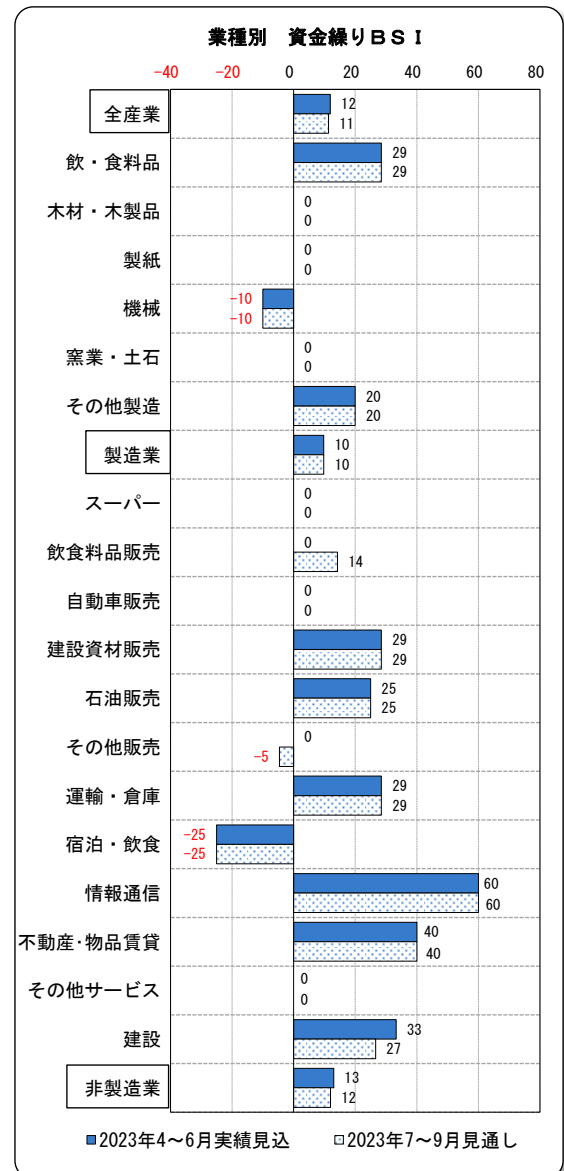
### 2023年4~6月期（今期）見込み

～一部の業種を除き、全体的に良好～

- ◆ 資金繰り BSI は、全産業で前期+5 より 7 ポイント上昇し+12 となった。全般的に資金繰りに余裕があるものの、業種によりややバラツキがみられる。
- ◆ 業種別では、2つの業種でマイナスとなり、宿泊・飲食（-25）はマイナスが続いている。

### 2023年7~9月期（来期）見通し

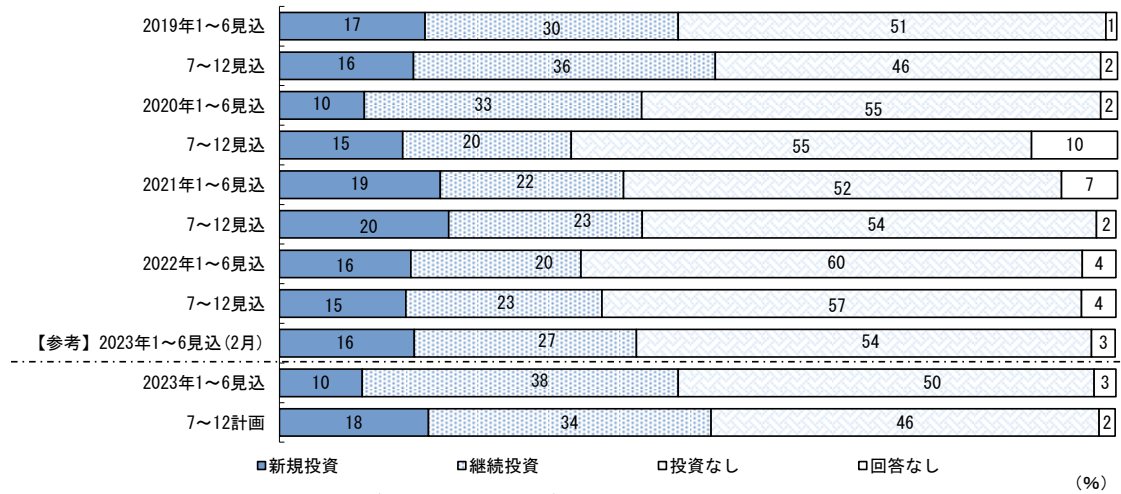
- ◆ 資金繰り BSI は全産業で、今期+12 から 1 ポイント低下し+11 の見通し。
- ◆ 製造業は今期と同じ+10。の見通し。
- ◆ 非製造業は今期+13 から 1 ポイント低下し+12 の見通し。宿泊・飲食は-25 の見通し。



## 2. 設備投資

### 1) 設備投資動向

【全産業】設備投資動向推移表



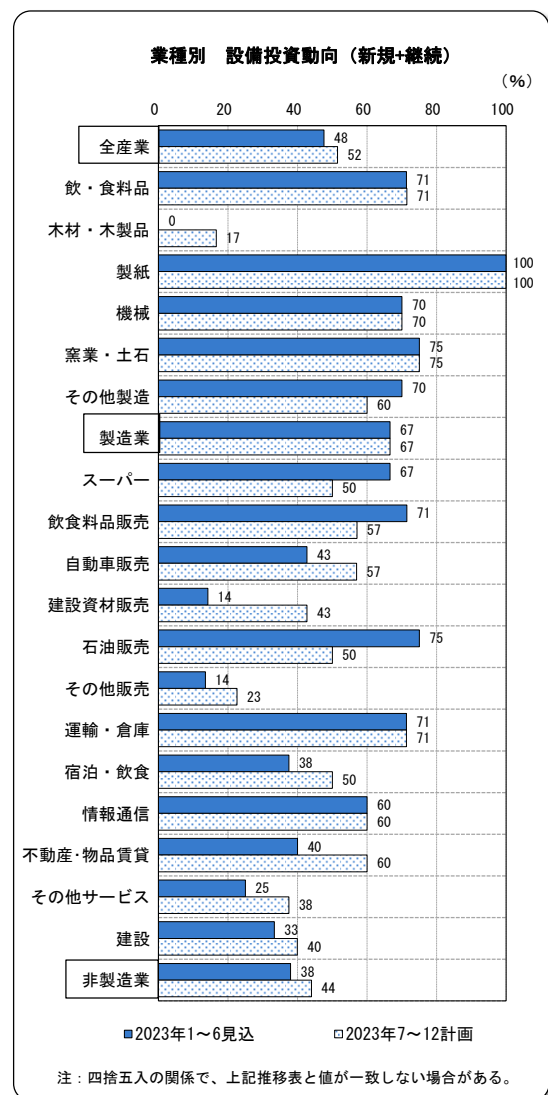
### 2023 年上半期 (1～6 月期) 見込み

#### ～新規投資には慎重な姿勢～

- ◆ 今期、新規・継続設備投資をする企業の割合は前期 (2022 年 7～12 月) 39%から 9 ポイント上昇し 48%となった。新規投資は前期 15%から 5 ポイント低下し 10%となった。
- ◆ 製造業は、前期 46%から 21 ポイント上昇し 67%となった。うち「新規投資」は前期 19%から 1 ポイント低下し 18%となった。
- ◆ 非製造業は、前期 35%から 3 ポイント上昇し 38%となった。うち「新規投資」は前期 13%から 7 ポイント低下し 6%となった。
- ◆ 設備の継続に対する投資意欲は強いものの、原材料・エネルギー価格の高騰など、今後の経済状況が不透明な状況にあり、新規投資には慎重な姿勢が窺える。

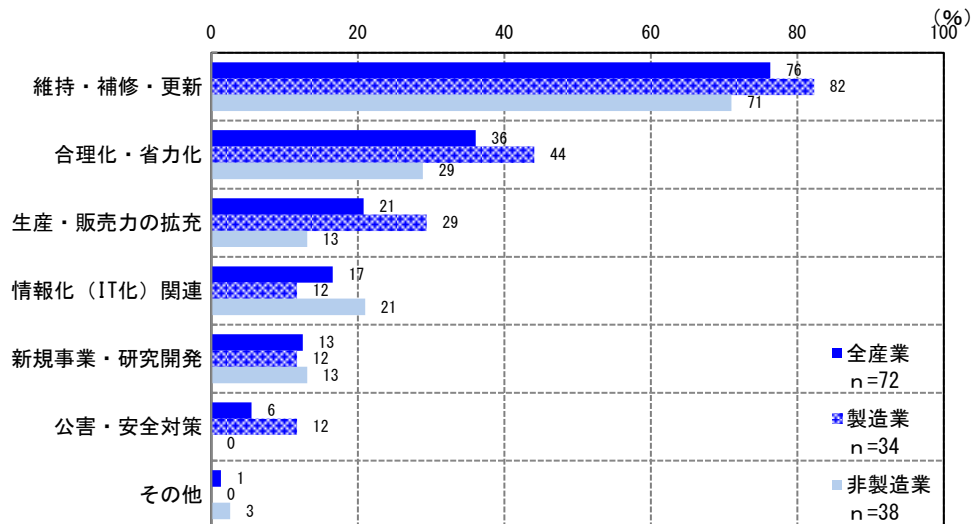
### 2023 年下半期 (7～12 月期) 計画

- ◆ 2023 年下半期に設備投資を計画する企業の割合は全産業で 52%、うち新規投資は 18%となった。計画の段階であるものの、設備意欲は強まる見込み。



## (2) 設備投資目的

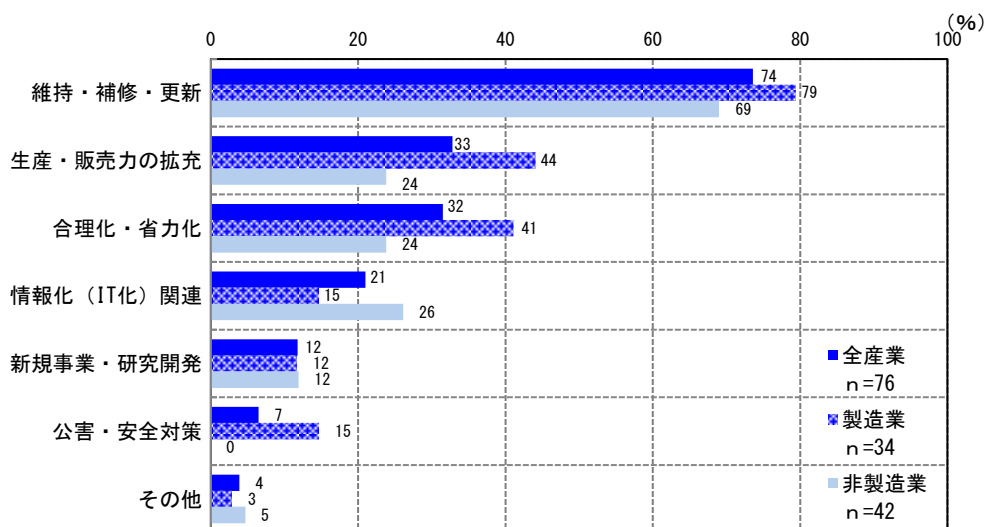
### ① 2023 年上半期（1～6 月期）見込み



注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆ 2023 年上半期の設備投資目的は、全産業で「維持・補修・更新」が 76%で最も多く、次いで「合理化・省力化」が 36%となった。前期の 18%から大きく増加した。続いて「生産・販売力の拡充」が 21%となったが、前期の 32%から減少した。

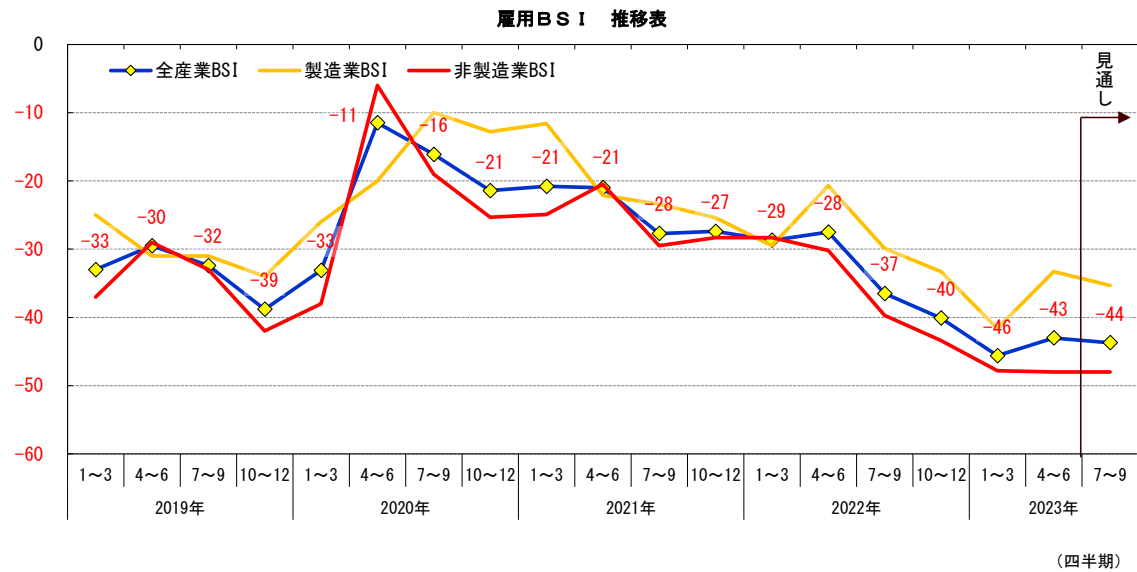
### ② 2023 年下半期（7～12 月期）計画



注：複数回答のため合計で100%にはならない。

- ◆ 2023 年下半期の設備投資計画は「維持・補修・更新」が 74%で最も多く、次いで「生産・販売力の拡充」33%、「合理化・省力化」32%、「情報化（IT化）関連」21%となった。
- ◆ 「生産・販売力の拡充」が、2023 年上半期（1～6 月）に比べ、製造業で 29%から 44%に 15 ポイント、非製造業で 13%から 24%に 11 ポイント増加しており、全産業で売上拡大を推進する動きがみられる。
- ◆ 全産業で「情報化（IT化）」が 2023 年上半期の 17%から 21%に 4 ポイント増加しており、10 月から始まるインボイス制度の対応や生産性を向上させる動きが窺える。

### 3. 雇用



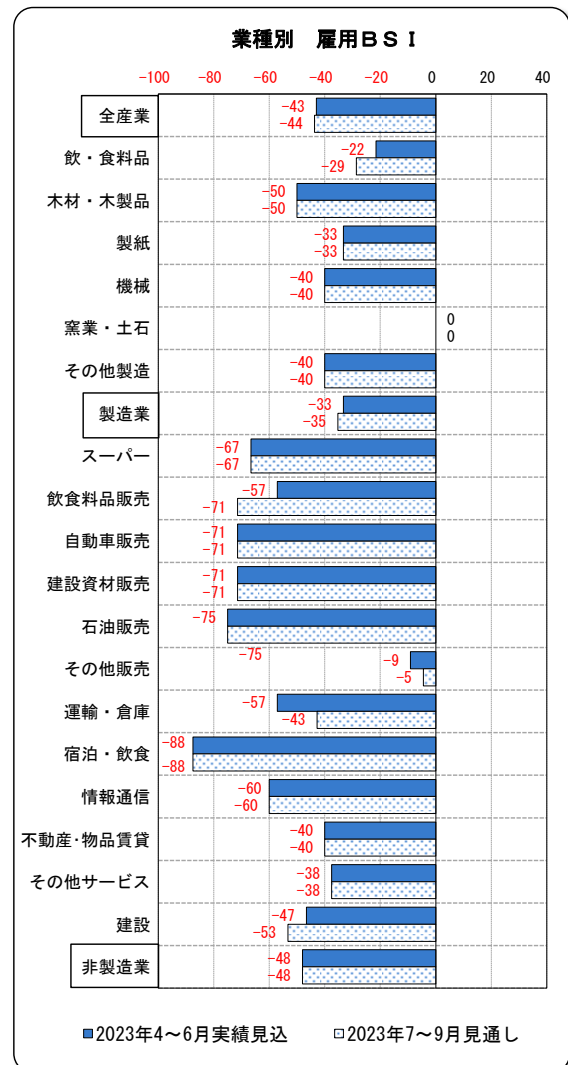
#### 2023年4～6月期（今期）見込み

～強い人手不足感が継続している～

- ◆ 雇用 BSI は全業種で前期-46 から 3 ポイント上昇し-43 となり、強い逼迫感が継続している。2013 年 7～9 月期からマイナスが続いている。
- ◆ 製造業では-33 となり、前期から 9 ポイント上昇。窯業・土石 (0) 以外のすべての業種でマイナスとなった。
- ◆ 非製造業では前期と同じ-48 となった。すべての業種でマイナスとなった。特に、宿泊・飲食 (-88)、石油販売 (-75)、自動車販売 (-71)、建設資材販売 (-71)、情報・通信 (-60) などでの逼迫感が強い。

#### 2023年7～9月期（来期）見通し

- ◆ 雇用 BSI は全産業で-44（製造業-35、非製造業-48）と人手不足は続く見通し。
- ◆ 対人サービス業などにおいては、人手不足が要因で顧客対応ができず、ビジネスチャンス逃しているケースも多く、問題は深刻化している。



#### 4. 経営上当面の課題

- ◆ 全産業で「人手・人材の不足」が61%と、2021年10～12月期以来6期ぶりに一番の経営課題となった。続いて「仕入れ価格の上昇」が59%となったが、前期まで5期連続で一番の経営課題であった。
- ◆ 製造業では「仕入れ価格の上昇」が78%と最も多く、2022年1～3月期以降6期連続で約8割を占める。機械（90%）、製紙（83%）を筆頭にすべての業種で高い割合を示し、原材料・エネルギー価格高騰の影響を強く受けている。
- ◆ 非製造業では「人手・人材不足」が66%と最も多い。飲食料品販売（100%）、石油販売（100%）、宿泊・飲食（100%）となっており、個人消費関連業種での人手不足感が強い。

| 全産業 | 2022年10～12月期 |               |          | 2023年1～3月期 |               |          | 2023年4～6月期 |               |          |
|-----|--------------|---------------|----------|------------|---------------|----------|------------|---------------|----------|
|     | 順位           | 項目            | 回答割合 (%) | 順位         | 項目            | 回答割合 (%) | 順位         | 項目            | 回答割合 (%) |
|     | 1            | → 仕入れ価格の上昇    | 67       | 1          | → 仕入れ価格の上昇    | 67       | 1          | ↗ 人手・人材不足     | 61       |
|     | 2            | → 人手・人材不足     | 53       | 2          | → 人手・人材不足     | 55       | 2          | ↘ 仕入れ価格の上昇    | 59       |
|     | 3            | → 販売・受注の停滞、減少 | 41       | 3          | → 販売・受注の停滞、減少 | 40       | 3          | → 販売・受注の停滞、減少 | 40       |
|     | 4            | → 設備の不足・老朽化   | 22       | 4          | → 設備の不足・老朽化   | 27       | 4          | → 設備の不足・老朽化   | 28       |
|     | 5            | → 販売・受注競争の激化  | 22       | 5          | → 販売・受注競争の激化  | 25       | 5          | → 販売・受注競争の激化  | 26       |

| 製造業 | 2022年10～12月期 |               |          | 2023年1～3月期 |               |          | 2023年4～6月期 |               |          |
|-----|--------------|---------------|----------|------------|---------------|----------|------------|---------------|----------|
|     | 順位           | 項目            | 回答割合 (%) | 順位         | 項目            | 回答割合 (%) | 順位         | 項目            | 回答割合 (%) |
|     | 1            | → 仕入れ価格の上昇    | 79       | 1          | → 仕入れ価格の上昇    | 75       | 1          | → 仕入れ価格の上昇    | 78       |
|     | 2            | ↗ 人手・人材不足     | 44       | 2          | → 人手・人材不足     | 47       | 2          | → 人手・人材不足     | 51       |
|     | 3            | ↗ 設備の不足・老朽化   | 37       | 3          | ↗ 販売・受注の停滞、減少 | 40       | 3          | → 販売・受注の停滞、減少 | 47       |
|     | 4            | ↘ 販売・受注の停滞、減少 | 33       | 4          | ↘ 設備の不足・老朽化   | 35       | 4          | → 設備の不足・老朽化   | 35       |
|     | 5            | ↗ 為替相場の影響     | 29       | 5          | → 販売・受注競争の激化  | 22       | 5          | → 販売・受注競争の激化  | 20       |

| 非製造業 | 2022年10～12月期 |               |          | 2023年1～3月期 |               |          | 2023年4～6月期 |               |          |
|------|--------------|---------------|----------|------------|---------------|----------|------------|---------------|----------|
|      | 順位           | 項目            | 回答割合 (%) | 順位         | 項目            | 回答割合 (%) | 順位         | 項目            | 回答割合 (%) |
|      | 1            | → 仕入れ価格の上昇    | 61       | 1          | → 仕入れ価格の上昇    | 63       | 1          | ↗ 人手・人材不足     | 66       |
|      | 2            | → 人手・人材不足     | 57       | 2          | → 人手・人材不足     | 60       | 2          | ↘ 仕入れ価格の上昇    | 49       |
|      | 3            | → 販売・受注の停滞、減少 | 45       | 3          | → 販売・受注の停滞、減少 | 40       | 3          | → 販売・受注の停滞、減少 | 37       |
|      | 4            | → 販売・受注競争の激化  | 27       | 4          | → 販売・受注競争の激化  | 27       | 4          | → 販売・受注競争の激化  | 29       |
|      | 5            | ↗ 販売力の不足      | 21       | 5          | ↗ 設備の不足・老朽化   | 22       | 5          | → 設備の不足・老朽化   | 24       |

#### 5. 今後の経営方針

- ◆ 全産業で「販売力の強化」が56%と最も多い。製造業では「合理化・効率化」が55%と最も多く、続いて「販売力の強化」が53%となった。非製造業でも「販売力の強化」が57%と最も多く、続いて「従業員教育の強化」が50%となった。

| 全産業 | 2022年10～12月期 |              |          | 2023年1～3月期 |              |          | 2023年4～6月期 |              |          |
|-----|--------------|--------------|----------|------------|--------------|----------|------------|--------------|----------|
|     | 順位           | 項目           | 回答割合 (%) | 順位         | 項目           | 回答割合 (%) | 順位         | 項目           | 回答割合 (%) |
|     | 1            | → 販売力の強化     | 53       | 1          | → 販売力の強化     | 61       | 1          | → 販売力の強化     | 56       |
|     | 2            | → 合理化・効率化    | 47       | 2          | ↗ 品質・サービスの向上 | 45       | 2          | → 品質・サービスの向上 | 46       |
|     | 3            | ↗ 品質・サービスの向上 | 41       | 3          | ↘ 合理化・効率化    | 43       | 3          | → 合理化・効率化    | 45       |
|     | 4            | ↘ 従業員教育の強化   | 38       | 4          | → 従業員教育の強化   | 40       | 4          | → 従業員教育の強化   | 42       |
|     | 5            | → 得意分野へ特化    | 28       | 5          | → 得意分野へ特化    | 30       | 5          | → 得意分野へ特化    | 31       |

| 製造業 | 2022年10～12月期 |              |          | 2023年1～3月期 |              |          | 2023年4～6月期 |              |          |
|-----|--------------|--------------|----------|------------|--------------|----------|------------|--------------|----------|
|     | 順位           | 項目           | 回答割合 (%) | 順位         | 項目           | 回答割合 (%) | 順位         | 項目           | 回答割合 (%) |
|     | 1            | ↗ 合理化・効率化    | 51       | 1          | ↗ 販売力の強化     | 67       | 1          | ↗ 合理化・効率化    | 55       |
|     | 2            | ↘ 販売力の強化     | 49       | 2          | ↗ 品質・サービスの向上 | 53       | 2          | ↘ 販売力の強化     | 53       |
|     | 3            | ↗ 品質・サービスの向上 | 41       | 3          | ↘ 合理化・効率化    | 50       | 3          | ↘ 品質・サービスの向上 | 51       |
|     | 4            | ↘ 従業員教育の強化   | 29       | 4          | → 得意分野へ特化    | 33       | 4          | → 得意分野へ特化    | 37       |
|     | 5            | → 得意分野へ特化    | 27       | 5          | ↗ 経費削減       | 27       | 5          | ↗ 従業員教育の強化   | 27       |

| 非製造業 | 2022年10～12月期 |              |          | 2023年1～3月期 |              |          | 2023年4～6月期 |              |          |
|------|--------------|--------------|----------|------------|--------------|----------|------------|--------------|----------|
|      | 順位           | 項目           | 回答割合 (%) | 順位         | 項目           | 回答割合 (%) | 順位         | 項目           | 回答割合 (%) |
|      | 1            | → 販売力の強化     | 54       | 1          | → 販売力の強化     | 58       | 1          | → 販売力の強化     | 57       |
|      | 2            | ↗ 合理化・効率化    | 45       | 2          | ↗ 従業員教育の強化   | 49       | 2          | → 従業員教育の強化   | 50       |
|      | 3            | ↗ 従業員教育の強化   | 42       | 3          | ↗ 品質・サービスの向上 | 41       | 3          | → 品質・サービスの向上 | 44       |
|      | 4            | ↘ 品質・サービスの向上 | 41       | 4          | ↘ 合理化・効率化    | 40       | 4          | → 合理化・効率化    | 40       |
|      | 5            | → 得意分野へ特化    | 29       | 5          | → 得意分野へ特化    | 28       | 5          | → 得意分野へ特化    | 28       |

## 6. SDGsへの取り組み状況

持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）とは、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030年アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標である。17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の「誰一人取り残さない（Leave no one behind）」ことを謳っている。

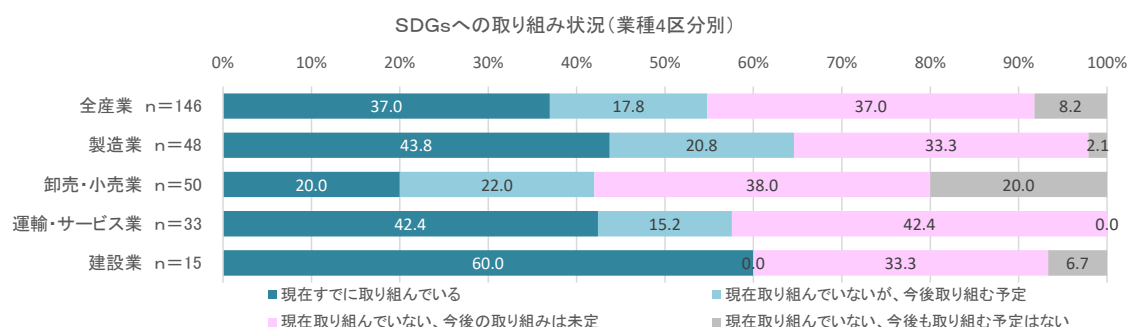
近年、SDGsに対する社会的要請が高まり、意識的に取り組む企業も増加しており、高知県内企業の取り組み状況などを尋ねた。



### 1. SDGsへの取り組みについて

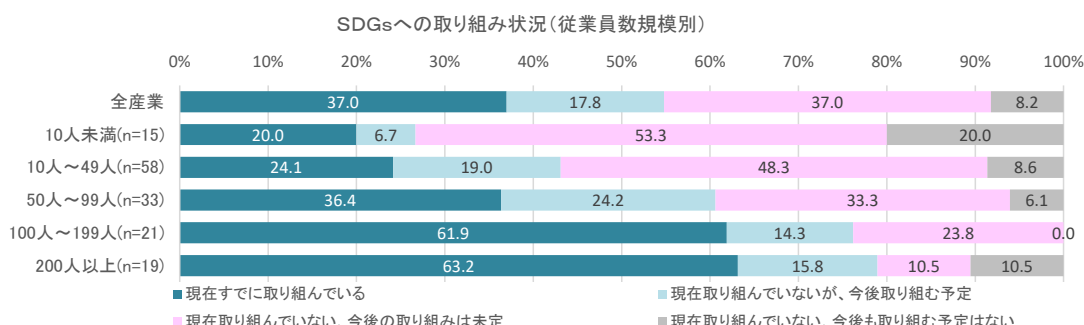
SDGsの取り組みについて、「現在すでに取り組んでいる」、「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定」、「現在取り組んでいない、今後の取り組みは未定」、「現在取り組んでいない、今後もし取り組む予定はない」の4択で回答を求めた。

- ◆ 全産業で、「現在すでに取り組んでいる」と回答した企業の割合は37.0%であった。「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定」の割合は17.8%となっており、その合計は54.8%となり、半数以上の割合の企業が前向きに取り組む意思を持っている。
- ◆ また、全産業で、「現在取り組んでいない、今後もし取り組む予定はない」と回答した企業の割合は8.2%となった。
- ◆ 業種別にみると、「現在すでに取り組んでいる」割合が最も高い業種は、建設業（60.0%）で、次いで製造業（43.8%）、運輸・サービス業（42.4%）、卸売・小売業（20.0%）と続く。  
また、「現在すでに取り組んでいる」と「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定」の「前向きに取り組む」企業の割合は、製造業（64.6%）が最も高く、以下、建設業（60.0%）、運輸・サービス業（57.6%）、卸売・小売業（42.0%）と続く。



- ◆ 従業員規模でみると、「現在すでに取り組んでいる」企業の割合は、「200人以上」63.2%、「100～199人」61.9%、「50～99人」、36.4%、「10～49人」24.1%、「10人未満」20.0%となっており、規模が大きいほど取り組んでいる企業の割合が高い。

SDGsへの取り組みは重要で意義のあることと理解しているが、少人数の企業では、人数的に対応することが困難、取り組み方が分からないといった面があると考えられる。



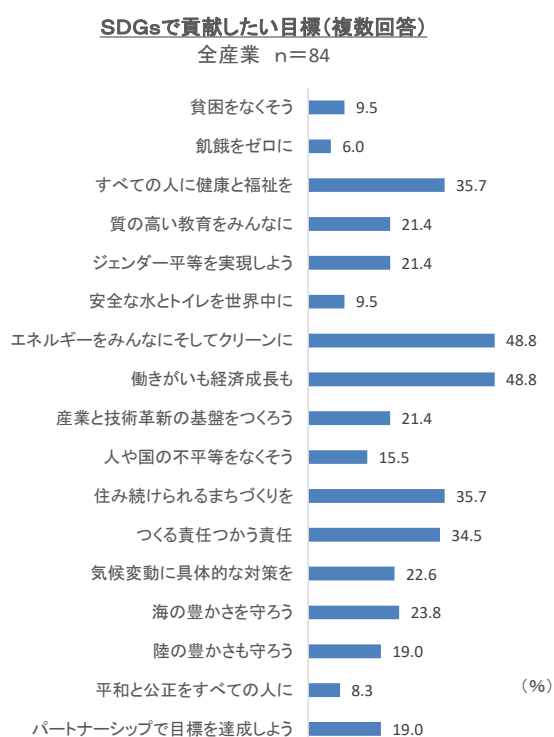
## 2. 取り組み項目または取り組み目標

前問で、「現在すでに取り組んでいる」と「現在取り組んでいないが、今後取り組む予定」と回答した企業に取り組んでいる項目、もしくは今後取り組む目標項目について尋ねた。

- ◆ 「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」と「働きがいも経済成長も」と回答した企業の割合は48.8%と最も高く、回答企業の約5割を占めている。前者は建設業(66.7%)と運輸・サービス業(61.9%)で、後者も建設業(100%)と運輸・サービス業(52.4%)で高い割合を示している。

脱炭素の流れやエネルギーの高騰を受け、企業として社会的なその潮流に乗る意識が強まり、「エネルギーをみんなにそしてクリーンに」の取り組みを行う企業が増加している。

また、近年の働き方改革に関連する法改正や人手不足を背景に、人材確保のために、「働きがいも経済成長も」の取り組みを行い、雇用環境などの改善に努めていると思われる。



SDGsに対する各企業の意識は高いものの、例えば少人数の企業においては、人的資源や目先の業務に追われ取り組む余裕がない、または取り組む方法が分からないといった面もみられる。今後、企業を取り巻く環境や行動を変化させるために、国が積極的に情報発信し、必要な政策を実現することで、SDGsの流れを加速し、その先の社会的課題の解決に繋がっていくことが期待される。