

# 管内企業の活動状況等について

## (2026年3月期地域経済産業調査結果)

2026年4月16日

経済産業省 中部経済産業局

(お問合せ先)

中部経済産業局 総務企画部 企画調査課長 小林

担当：石川

電話：052-951-2723 (直通)

メール：[bzl-chb-chosa@meti.go.jp](mailto:bzl-chb-chosa@meti.go.jp)




# 地域経済産業調査とは

- 中部経済産業局では、東海地域の主要企業に対して、地域経済産業調査として四半期ごとにヒアリング調査を実施し、その結果を集約・分析しています。ヒアリング結果（企業の声）に基づき、東海地域の経済動向と産業実態を定性的な側面から把握します。
- 今般、2026年3月期（調査企業数：73社）の調査の結果を取りまとめました。「足下」はおおむね2026年1～3月時点、「先行き」は2026年4月以降の半年から一年程度の見通しとなります。

## ◎ 調査結果の概要（P.5～）構成について

（例）

企業の声を踏まえた項目ごとの「足下」「先行き」の概要

足下		
・年初に明らかとなった自動車関連の認証不正による一部生産ラインの稼働停止は解除され、能登半島地震による部品供給不足は改善したことから、 <b>自動車関連産業を中心に回復基調</b> 。 ・主力の <b>輸送機械工業</b> は、生産が戻ってきていることから <b>持ち直しの動きがみられる</b> 。 ・ <b>生産用機械工業</b> や <b>電気機械工業</b> では、設備投資が後ろ倒しになっていることから、 <b>生産調整が続いている</b> 。		
	国内はエンジン認証不正等による自動車の生産・出荷停止の影響を受けたが、回復基調となっている。	輸送機械工業 窯業・土石製品工業
	新型コロナが収束した後は受注が戻り堅調であったが、一巡したことで落ち込んでいる。	繊維工業
	市場の回復がもう少し早いと見込み在庫の積み増しをしていたが、足下では稼働率7割程度で引き続き生産調整をしている。	生産用機械工業

天気アイコン  
（意味はヒアリング項目によって異なる）

企業の声（※）

企業の属する主な業種  
（複数の企業から同様の声があった場合は複数の業種を記載）

※ 掲載している企業の声は「足下」「先行き」で必ずしも同一ではありません。

# 今回の調査項目

<b>定点項目</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 生産（主に製造業の業況）</li><li>✓ 個人消費（主に小売・サービス業の業況）</li><li>✓ 設備投資（主に設備投資計画の進捗、実施内容）</li><li>✓ 雇用（主に従業員の過不足感の状況）</li></ul>
<b>トピックス</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ <b>海外情勢（中国輸出規制や中東情勢への対応）</b></li><li>✓ <b>カーボンニュートラルについて</b> <p>我が国では、2020年に菅内閣総理大臣（当時）が表明した「2050年カーボンニュートラル宣言」を契機として、脱炭素社会の実現に向けた取組が本格化した。2021年には「2030年度における温室効果ガス排出量を2013年度比で46%削減する」という野心的な中期目標が示され、さらに2025年2月18日には、GX2040ビジョン、第7次エネルギー基本計画及び地球温暖化対策計画が同時に閣議決定されるなど、脱炭素社会の実現に向け、取組をより一層加速化させている。 こうした状況を踏まえて、カーボンニュートラルに関する①自社での排出削減の取組②サプライチェーンや他社との協働での取組などについてヒアリングを行った。</p></li></ul>

# 調査結果の概要 ～総括①～

足下	
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>自動車関連産業では、自動車メーカーのモデルチェンジに伴う生産減少から回復傾向にあり、堅調な生産が続いている。</li><li>生産用機械工業では、AIサーバーやデータセンター向けに動きがみられるものの、顧客の中小企業を中心に設備投資に慎重な姿勢が引き続きみられ、横ばいの業況となっている。</li><li>一部を除いて設備投資は堅調であり、将来の成長や競争力強化に向けた投資が続いている。</li><li>人手不足が続いている中、従業員教育の充実や賃上げなど定着率向上の取組がみられる。</li></ul>
小売・サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>小売業では、高額品等が好調な一方で、安価な商品の需要も強く、消費の二極化がみられる。</li><li>複数の業種で、中国人客が減少しているものの、他国からの訪日客が増加しており、中国人客減少の影響は限定的となっている。</li><li>一部を除いて設備投資は堅調であり、新業態の出店やAI活用による業務効率化など前向きな投資がみられる。</li><li>人手不足が続いており、対策として定着率向上の取組がみられる。</li></ul>

先行き	
製造業	<ul style="list-style-type: none"><li>自動車関連産業では堅調な生産が見込まれ、生産用機械工業ではAIサーバーやデータセンター向け需要の増加が期待されている。一方で、複数の業種で中東情勢の緊迫化による影響への懸念がみられる。</li><li>一部ではコスト高による投資の優先順位を見直す動きがあるものの、自動車や半導体分野を中心に、海外展開や生産能力増強などの投資を継続する姿勢がみられる。</li><li>引き続き人手不足が見込まれ、対策として省力化投資や外国人雇用を行う企業がみられる。</li></ul>
小売・サービス業	<ul style="list-style-type: none"><li>小売業では制度改正による売上への影響が見込まれ、観光業や宿泊業では堅調なインバウンド需要が見込まれる。</li><li>複数の業種で中東情勢の緊迫化による物価上昇や消費の減少への懸念がみられる。</li><li>一部ではコスト高による投資の優先順位を見直す動きがあるものの、集客力や収益性の向上を図る投資が見込まれる。</li><li>引き続き人手不足が見込まれ、対策として省力化投資や外国人雇用を行う企業がみられる。</li></ul>

# 調査結果の概要 ～総括②～

## 海外情勢（中国輸出規制や中東情勢への対応）

- ・ 中国輸出規制に対し、レアアースの調達に停止や遅れがみられるものの、代替調達先や在庫の確保ができており、足下では生産への影響は生じていないとする企業が多い。
- ・ 中東情勢の緊迫化により物流が制限され、輸出の滞留や輸送ルートの変更を強いられている。原油価格高騰に対して製品への価格転嫁を行う企業や客先の減産に対して生産体制の見直しを検討する企業がみられる。













## カーボンニュートラルについて

- ・ 自社の排出削減に向けた具体的な取組として、再生可能エネルギーの利用推進や省エネ設備への更新、燃料転換、生産プロセスの改善・最適化によるエネルギー使用量の低減、緑化推進、廃棄物の削減などを実施している企業が多い。
- ・ サプライチェーンでの排出量削減や他社と協働での取組については、主に(1)サプライチェーン全体での排出量削減に向けた取組(2)顧客の排出削減や環境負荷低減につながる製品の開発(3)他社と協働での啓発イベントについて取り組んでいるとの声が多い。

# 調査結果の概要 ～生産～

## 足下

- 自動車関連産業では、自動車メーカーのモデルチェンジに伴う生産減少から回復傾向にあり、全体としては概ね計画どおりに推移していることから、堅調な生産が続いているとの声が多い。
- 生産用機械工業では、AIサーバーやデータセンター向けなどに動きがみられるものの、顧客の中小企業を中心に国内外で設備投資に慎重な姿勢が引き続きみられ、業況は横ばいとの声が多い。

	半導体部品の不足による影響はみられたものの、生産量は概ね計画どおりに推移した。	輸送機械工業
	北米、日本及びアジア向けに車両生産台数が増加したことにより、需要が拡大し、生産・売上が増加した。	輸送機械工業
	主要取引先である自動車メーカーの生産計画に連動し、自動車生産は大きな変動なく堅調に推移した。計画値と実績値に若干の乖離は見られたものの、当社の国内生産は概ね計画どおりに推移した。	輸送機械工業
	国内は防衛、造船、半導体製造装置向けで伸びてきており、期末効果で当期は受注が増加したが、中小企業の投資マインドは引き続き弱い。米国は航空、防衛、データセンター、発電・オイルガス等のエネルギーで受注が伸びてきており、大手は投資を急ぐ傾向にあるが、ジョブショップ型などの中小企業は引き続き投資意欲が弱い。	生産用機械工業
	米国関税や中東情勢の不安定化など、世界情勢が不透明なことから投資意欲が弱い。顧客企業は、事業の将来性を見極められず、投資に慎重な姿勢となっている。	生産用機械工業
	国内向けは補助金関連の影響により受注が増加し、AIサーバー向けをはじめとする生産が拡大した。海外向けは、中国・台湾において従来のAIサーバーやスマートフォン向けに加え、車載・タブレットなど幅広い分野で需要が伸長し、生産が増加した。	生産用機械工業
	AIサーバー向けは引き続き好調。主力工場で量産を開始し、順次生産設備を増やしている。また、他工場でもAIサーバー向けの生産ができるようにラインの切替えを行っている。	電子部品・デバイス工業
	自動車メーカーでのモデルチェンジにより抑制されていた自動車生産が回復してきており、この需要に伴って当社製品の生産も増加している。	金属製品工業
	国内市場は新設住宅着工戸数の減少もあり、依然として厳しい状況が続いている。一方、買い換えの比率が高いため全体としては順調。当期は前期に比べてもともと需要が弱くなる時期であるが、通常よりもやや落ち込んだ。	金属製品工業
	自動車向けは需要先で時折ライン停止などのトラブルがあるものの、それを除けば計画どおりの発注があり堅調。一方、建築・土木、工作機械向けなどその他の需要は相変わらず良くない。	鉄鋼業
	BEV市場の拡大スピードが鈍化したことにより、ICE車向け部品は需要拡大につながり好調を維持している。	窯業・土石製品工業
	温暖化やクールビズの普及などにより、コートやスーツの需要が減少しており、生産は低調に推移している。事業から撤退する同業他社もみられ、産地全体で厳しい状況となっている。	繊維工業



良い/良くなった



悪い/悪くなった














どちらでもない

# 調査結果の概要 ～生産～

## 先行き

- 自動車関連産業では、引き続き堅調な生産を見込んでいるとの声が多い一方で、中東情勢など先行きの不透明感が強まったとする声も聞かれた。
- 生産用機械工業では、AIサーバーやデータセンター向けの需要が伸長してきており、2026年度以降の受注や生産増加に期待する声も聞かれた。
- 複数の業種で、中東情勢が生産に与える影響を懸念する声が多い。

	中東情勢の緊迫化により、先行きの不透明感が強まった。中東向けの車種を他地域へ振り替えることは容易でない。地域ごとに車種の仕様が決まっており、それらを短期間で変更するのは難しいため、少なくとも生産に影響はできるものと考えている。	輸送機械工業
	中東情勢の影響や中国からのレアアース調達リスクにより、今後一部で課題部品が発生する可能性があるものの、全体の生産台数については、影響が出ないよう調整・対応できる見込み。	輸送機械工業
	自動車メーカーの生産計画は、中東情勢の影響で輸出向けが減産となるものの、受注残が多い国内向けなどの生産が高水準となるため、全体では引き続き堅調な生産を見込んでいる。	輸送機械工業
	BEVへのシフトの遅れによって北米を中心としてHEVが堅調なため当社も好調であるが、一方で、中東情勢による影響は不透明であり、ダウンサイドリスクとみている。	輸送機械工業
	AIサーバーやデータセンター向けの需要が伸長してきており、今後も拡大が見込まれることから、中長期的な投資が行われると期待している。一方で、自動車向けの投資は長期間停滞していたものの、そろそろ回復するのではないかと期待している。	生産用機械工業
	全体として需要は上がるとみており、生産計画では2026年度は微増程度の伸びを見込んでいる。	生産用機械工業
	需要見通しが外れた場合には急減する可能性がある業界であり、先行きには不透明感があるものの、企業によるAI関連の設備投資等により相当量の受注を確保していることから、今年中は良い状況が続くと見込んでいる。	電子部品・デバイス工業
	顧客企業のカーボンニュートラルへの取組から、省エネや生産性の向上、CO <sub>2</sub> 排出量を抑える製品、エネルギー監視システムの関心は高まると考えている。受注は想定よりも後ろ倒しとなっているものの、緩やかに増えており、本格的な回復は2026年度下期と見込んでいる。	電気機械工業
	自動車における安全装置の装着増加や、HEVやBEVの割合増加により、当社製品の需要が高まっていることから、増産が必要となってくる。	電気機械工業
	自動車向けの需要は、自動車メーカーの来年度の生産が今年度並みの水準になると見込まれていることから、堅調な状況が続くと考えられる。一方で、中東情勢などを背景としたエネルギー価格の高騰がリスク要因となる。また、建築・土木向けの需要は、しばらく回復しないと見込んでいる。	鉄鋼業
	BEV化の鈍化によりICE車向け部品は北米を中心に追い風であるなか、BEV化が進む中国などでは弱含んでおり、全体としては横ばいを見込んでいる。	窯業・土石製品工業



良い/良くなる



悪い/悪くなる













どちらでもない/不透明

# 調査結果の概要 ～個人消費～

## 足下

- ・小売業では、高額品や嗜好性の強い商品、ハレの日需要は好調な一方で、安価な商品の需要も強く、クーポン等に敏感に反応するなど消費の二極化が進んでいるとの声が多い。そのほか、スポーツイベントがAV機器の売上に寄与したとの声が聞かれた。
- ・小売業や観光業、宿泊業、飲食業では、春節を中心に中国からの訪日客が減少しているとの声が多い一方で、他国からの訪日客が増加しており影響は限定的との声も複数聞かれた。
- ・小売業や娯楽業では、推し活需要は高まっており集客力があることから注力しているとの声が複数聞かれた。

	中国人客の減少により免税売上高は大きく減少したものの、外商顧客を中心とした富裕層の購買意欲は旺盛で、時計や宝飾品等の高額品の売上が好調に推移しているほか、バレンタイン催事も盛況だった。	小売業 (百貨店)
	競合他社の出店やドラッグストアの生鮮食品の強化など販売環境は悪化傾向にあり、業況は厳しい。年末年始や節分などのハレの日需要は好調だった一方、比較的安価な鶏肉・豚肉の需要が強いなどメリハリ消費がみられる。また、地域ごとでも異なり、都市部ではメリハリ消費の傾向が強い一方で、高齢者比率が高い山間部では節約志向が強くて出ている。	小売業 (スーパー)
	ドラッグストア等の他業態との競争が激化していることから客数の面で苦戦しているものの、値上げによる客単価の上昇により売上は前年を上回っている。節約志向の高まりもあってクーポン利用率は高くなっており、特に東海圏は他地域に比べて高い傾向にある。また、近年推し活需要が高まっていることから、地域の特性に応じた企画ができるよう社内体制の整備を進めている。	小売業 (コンビニ)
	デジカメやゲーム機、理美容家電などの嗜好性の強い商品の需要が強い。また、WBCの時期に動画配信サービスを視聴するために必要なストリーミングデバイスの売上が大幅に増加するなど、スポーツイベントが売上の増加に寄与した。	小売業 (家電大型専門店)
	気温やインフルエンザの流行、花粉の飛散状況などに業況が左右されているものの、ポイント付与の設定に応じて来店客数が大きく増減するなど消費者の節約志向は強く、競合他社の新規出店も相次ぎ販売環境は厳しい。	小売業 (ドラッグストア)
	1月の降雪により暖房用品や除雪用品等の販売が好調だったほか、2月以降は気温が上昇し天候にも恵まれたことで園芸用品の売上が伸長した。また、冬季オリンピックの時期はテレビの売上が好調となった。	小売業 (ホームセンター)
	中国人客は減少したが、欧州人客が増加したことでインバウンド客全体では増加している。しかし、欧州人客はあまり物を買わない傾向があり、小売店の売上は客数ほど伸びていない。	観光業
	所在する地域全体でみると春節の時期が前年とずれていたこともあって1月の宿泊者数は減少している。一方、当館に限って言えば中国人客は減少しているものの、韓国人客が大幅に増加したことでインバウンド客全体では増加しており、業況は良い。	宿泊業
	人気コンテンツとのコラボは集客力があることから注力しており、今期も人気アニメとのコラボが奏功し客数が増加した。	娯楽業
	例年春節の時期に中国人客も来店していたが、今年は中国人客が減少したこともあって2月の売上は前年を下回った。	飲食業



良い/良くなった



悪い/悪くなった













どちらでもない

# 調査結果の概要 ～個人消費～

## 先行き

- ・小売業では、中東情勢の緊迫化による物価の上昇や地域経済への悪影響によって消費が落ち込むことを懸念する声が複数聞かれたほか、エアコンや自動車、医薬品において、制度改正による売上への影響が見込まれるとの声が多い。
- ・観光業や宿泊業では、インバウンド需要は堅調で予約も順調に入っているとの声が複数聞かれた一方で、中東情勢の緊迫化によってドバイ空港が利用できず、欧州圏客のキャンセルが増えているとの声が聞かれた。
- ・娯楽業では、設備投資に寄らないIPコラボ等を積極的に実施して売上に繋げていくとの声が聞かれた。

	中東情勢の緊迫化を背景として株価が下落した場合、これまで好調に推移している高額品の消費動向に悪影響が及ぶのではないかと懸念している。	小売業 (百貨店)
	ドラッグストア等の競合他社との競争状況は非常に厳しく、今後も厳しい状況が続く見込み。また、中東情勢の緊迫化による原油価格高騰・為替変動等による物価の上昇を懸念している。	小売業 (スーパー)
	コストは今後も上昇していくものと見込んでいるので、コストの上昇分を上回る売上を達成するため、価格以上の付加価値の提供に主眼をおいて営業活動を継続していく。なお、中東情勢の緊迫化については、原油価格の高騰によるコストの上昇に加えて、地域経済への悪影響により消費が落ち込むことを懸念している。	小売業 (コンビニ)
	5月以降、指定濫用防止医薬品の販売方法が厳格化されることに伴い、購入数の制限や陳列場所の制約、氏名・年齢の確認などが必要となり、対象商品の売上減少が予想されるほか、運営上対応しなければならないことも多く負担は大きい。	小売業 (ドラッグストア)
	来期は利益率の高いエアコンの売上が2027年度省エネ基準改正前の駆け込み需要によって伸びると見込んでいるので、利益率が改善して増収増益となることを見込んでいる。	小売業 (家電大型専門店)
	4月からの環境性能割廃止は良い影響が期待できるものの、対象車種を1～3月に購入する顧客から新車登録を後ろ倒しにして欲しいと依頼があるほか、5月からエコカー減税の対象基準が厳格化されることもあって、登録が4月に集中する見込み。それまでにメーカーから在庫される車を保管するための駐車場代や納車・登録手続きの集中など、瞬間的な負担は大きい。	小売業 (自動車販売)
	中国人客は若干減少しているものの、台湾・韓国人客が増加しており先行きは良いとみている。今後宿泊施設が増えていく予定で、泊食分離の流れで観光客向けの飲食店も増えていく見込み。	観光業
	4月は桜ツアーでインバウンド客が増えて、先行予約も6月頃まで順調に入ってきている。当館は団体客の利用も多く、個人客よりも早めに予約が入るため、見通しが立ちやすい。	宿泊業
	ヨーロッパからの集客に力を入れていたところ、中東情勢の緊迫化によってハブ空港であるドバイ空港が利用できず、欧州人客のキャンセルが増えてきており、繁忙期である春の客数が減少するのではないかと強く懸念している。	宿泊業
	気候の影響を強く受けるので先行きは不透明。遊園地の新規設備は売上への起爆剤にはなるものの、設備投資資金にも限りがあるため、コンテンツとのコラボイベント等を積極的に実施して、グッズ販売も含め売上に繋げられるよう工夫していく。	娯楽業



良い/良くなる



悪い/悪くなる








どちらでもない/不透明

# 調査結果の概要 ～設備投資～






## 足下

- 一部で**投資費用を精査**する声が聞かれたものの、全体として**設備投資は堅調**との声が多い。
- 製造業では、**技術開発拠点の新設や海外拠点における生産能力の強化、内製化に向けた設備投資など、将来の成長や競争力強化に向けた投資を継続**する声が多い。
- 非製造業では、**新業態の出店やAI活用による業務効率化など、需要獲得や収益機会の拡大**を狙った**投資に前向き**な声が多い。

	将来の成長のための投資を継続。既存工場内に技術開発センターの新設や海外拠点の生産能力増強投資などを実施。	輸送機械工業
	設備投資は当初計画から大きな変更はなく、既存ラインの改修を中心に実施。一方、業績悪化を背景に、先送り可能な支出の精査など、コスト抑制の動きが強まっている。	鉄鋼業
	内製化比率を高めるため、設備増設および生産ラインの最適化を進めている。内製化後は、別工場の余剰スペースへのライン移設により、更なる生産効率の向上を図る予定。あわせて、製造現場のDXに向けて生産データの可視化など進め、稼働率向上や省力化の推進を行う。	化学工業
	投資計画は概ね計画どおりに推移。既存事業との差別化や新たな顧客層の獲得、収益機会の拡大を狙いとして、新業態の店舗を出店。	小売業 (スーパー)
	AIの導入を進めており、顧客への提案資料やCM作成に活用することで、業務の効率化を図っている。	広告業

## 先行き






- 成長分野や需要獲得を見据えた投資は底堅さを維持**する一方、**建築資材の高騰などによるコスト高により投資の優先順位を見直す**などの声が聞かれた。
- 製造業では、**自動車や半導体分野を中心に、海外展開や生産能力増強**などの投資を継続する声が聞かれた。
- 非製造業では、**施設リニューアルや都市部への重点出店**に加えて、**店舗機能や空間活用の見直し**を通じて、**集客力や収益性の向上**を図る声が聞かれた。

	来期以降も同水準を維持しつつ、北米やインドを中心に海外投資に注力する方針。あわせて、電動化や次世代技術、デジタル基盤、新規事業など成長分野への投資を継続する。	輸送機械工業
	中期的に大規模な設備投資を計画しており、主要顧客向けの生産能力増強を目的に、複数拠点での投資を進める方針。工事に伴う人手確保には一定の課題を見込むものの、計画には織り込み済み。あわせて、投資に関連する税制措置の活用も検討している。	電子部品・デバイス工業
	成長分野への設備投資は優先する一方、コスト高を受け、設備の維持・更新のための投資は後回しにする可能性がある。	鉄鋼業
	来年度は、複数フロアにわたるリニューアルや外部からの店舗移転に伴い、設備投資が増加する見込み。例年は維持・修繕が中心であるが、今後も館内の一部改装を検討しており、堅調な投資水準が続く見通し。	小売業 (百貨店)
	人口動態や競合動向を踏まえ、需要が見込める都市部を中心に重点的に出店するよう方針転換。また、店舗レイアウトの見直しとあわせてエンタメ機能の強化を推進。イートイン縮小等で生じたスペースを活用し、クレーンゲームの導入を進めるなどの転換を図っていく。	小売業 (コンビニ)

# 調査結果の概要 ～雇用～






## 足下

- ・引き続き人手不足の声が多く、従業員の教育充実など定着率向上に取り組む声が多い。
- ・今春の新卒者採用では、厳しいながらも計画通りの採用が出来たとの声が多い。
- ・今春闘について、大企業製造業を中心に労働組合の要求に満額回答しているとの声が聞かれた。

	今春新卒、中途ともに計画通りに採用できている。教育体制の充実化や高齢者・女性への対応として生産ラインの簡易化を行うなど定着率向上にも取り組んでいる。	輸送機械工業
	当社より求人条件の良い三河地域の自動車部品関連企業が採用活動を当社の生産拠点である西濃地域で活発化させているため、思うように採用ができなくなっている。	輸送機械工業
	採用は厳しい状況にあり、特に機械・電気系の新卒は採用が難しい。社員の育成強化や、人材配置の効率化により社員一人一人のパフォーマンスを高めることで、不足分を補いたい。	生産用機械工業
	今春の新卒採用は、予定通りに採用出来ている。また、賃上げについて、人的資本経営の観点から、今春闘では労働組合の要求に対して満額回答している。過去最高の賃上げ率となる。	窯業・土石製品工業
	今春の新卒は例年通り採用できる見込みで、パートやアルバイトも施設運用に必要な人数は確保できている。しかし、以前に比べて人材確保は難しくなったと感じている。	娯楽業

## 先行き

- ・引き続き人手不足を見込む声が多い。
- ・対策として省力化投資や外国人雇用を挙げる声が聞かれた。

	新人・中途採用ともに技術系が厳しいと見込まれる。IT人材に強い人材派遣会社と契約して確保を図っている。	輸送機械工業
	事業を拡大していく計画であり、予定通りに採用できたとしても基本的に人手不足の状況になるのではないかと見込んでいる。	電子部品・デバイス工業
	生産に支障をきたすほどの人手不足は見込んでいない。将来的な人手不足に備えて省人化の取組は継続して行っている。	繊維工業
	好転材料が見当たらないため当面人手不足の状況は続く見込み。デジタル投資などで省人化対応を図っている。	小売業 (ホームセンター)
	臨時雇用などで対応しているが、慢性的に人手不足であり、今後も不足の状況が続く見込み。インバウンド対策もあり外国人の雇用が必要になってきているが、そのための従業員宿舍の建設が課題となっている。	宿泊業

# 調査結果の概要 ～海外情勢～

## 中国輸出規制への対応

- ・中国の輸出規制により、レアアースの調達に停止や遅れがみられるとの声が複数聞かれたが、代替調達先や在庫の確保ができており、足下で生産への影響は生じていないとの声が多い。
- ・鉄鋼業においては、中国の輸出規制に伴うタングステンの価格高騰に対し、競争力維持の観点から高騰分全額を製品価格へ転嫁することは難しいとの声が聞かれた。

レアアースの調達について、生産への影響が出ないように、経済安全保障部門の人員強化に加え、調達方法や輸送ルートの変更等を駆使して対応している。	輸送機械工業
製品に搭載するモーターにネオジム磁石を使用しているが、中国からの供給途絶に備え、製品の生産を中国自社拠点に切り替えることで対応している。	生産用機械工業
生産設備の一部にネオジム磁石を使用しているので、中国からの供給途絶に備え、当該部品の在庫を十分に確保した上で、さらに代替調達先を3社確保している。	電子部品・デバイス工業
製品の電極に使用するイットリウムが中国から調達できなくなっている。相当量の在庫は確保できているため、今年度の生産計画に影響はないが、その先を見据えて代替品への切替えについても検討している。	金属製品工業
レアアースを使用する製品があるが、すでに中国以外の代替調達先の確保ができており、現時点で生産に影響は生じていない。さらに、代替材料の開発も進めているところ。	鉄鋼業
中国の輸出規制の影響や需要増加により、製品に使用するタングステンの価格が高騰している。今後製品価格に転嫁していく必要があるが、輸出管理措置の影響を受けない中国企業との競合もあり、高騰分全額を転嫁することは難しい。	鉄鋼業

## 中東情勢への対応

- ・中東情勢の緊迫化により、輸出製品の滞留や輸送ルートの変更を強いられているといった声が複数聞かれた。
- ・今後の原油価格高騰に対して製品への価格転嫁を行う声や、客先の減産に対して生産体制の見直しを検討する声が聞かれた。

中東情勢の緊迫化によるナフサの高騰や不足を懸念しているが、保管場所がないため、原材料の在庫を増やすのは難しい。また、仕入価格が高騰した場合は製品価格へ転嫁するが、全額転嫁できるわけではないため、業績に影響が及ぶだろう。	輸送機械工業
中東へ鋼材を輸出しているが、輸出できずに滞留している製品在庫を誰がどこで保管するのか、コストやリスクを誰が負担するのか等商社とともに対応を検討している。中東への鋼材輸出量が多いため、業績への影響は非常に大きい。	鉄鋼業
中東への輸出はないが、客先の中東向け輸出製品の生産抑制による間接的な需要減少を懸念。原油価格高騰については、電気代や燃料代の高騰につながるが、契約上サーチャージにより製品価格へ転嫁可能であるため、特段問題はない。	鉄鋼業
中東情勢の緊迫化により、製品を欧州向けに輸出する際、中東地域を回避し喜望峰経由で迂回輸送を行う必要が生じている。これに伴う海上運賃の上昇や輸送期間の長期化を懸念している。	化学工業
プラスチック製品の原材料調達について、国家備蓄原油の放出等により市場が落ち着きを見せており、現時点で支障は生じていない。一方で、自動車業界の減産など需要の減少を懸念。客先の生産動向に合わせて当社も生産調整できるよう検討を進めている。	プラスチック製品工業

# 調査結果の概要 ～カーボンニュートラル～

## ① 自社の排出削減について

### <ヒアリング結果の概要>

- カーボンニュートラルにおいては、**経営計画等にCO<sub>2</sub>排出削減目標を位置づけ、目標達成に向けて計画的な取り組みを推進**するとともに、HPや統合報告書、IR等で**情報開示を行っている**との声が多い。
- 具体的な取組として、**再生可能エネルギーの利用推進や省エネ設備への更新、燃料転換、生産プロセスの改善・最適化によるエネルギー使用量の低減、緑化推進、廃棄物の削減**などを実施しているとの声が多い。一方、**省エネ効果の大きい取り組みは既にやりきっており、今後の取り組みについて難しさを感じている**との声が聞かれた。
- ISO14001、エコアクション21、Nearly ZEB、SBTなど**環境関連の認証・認定を取得している**との声も多く、取得する過程でCO<sub>2</sub>削減の改善余地を把握することができたとの声が聞かれた。

### (主なコメント)

- 2050年までに温室効果ガス排出量の実質ゼロを目指す「環境ビジョン2050」を掲げている。目標達成のため、ボイラの燃料転換、再生可能エネルギーの利用拡大、工場敷地内の緑化推進や廃棄物の有効利用など多角的な取り組みを進めている。また、ISO14001の認証取得に取り組んでいる。【パルプ・紙・紙加工品工業】
- 太陽光設備の導入や、CO<sub>2</sub>フリー電力の購入、水素等環境負荷の低いエネルギーへの転換を進めており、ウェブサイト、統合報告書、SNS、CDPなどの外部評価機関、投資家向け ESG 説明会、各種講演会などで取り組みを発信している。【窯業・土石製品工業】
- 太陽光発電設備の導入など、CO<sub>2</sub>フリー電源への切替えを進めているほか、老朽化設備の更新に際し、省エネ性能の高い設備への切替えやEV車両の導入などを進め、国内外で排出削減に取り組んでいる。【化学工業】
- 店舗改装のタイミングに合わせて、省エネルギー機器の導入や照明のLED化を進めている。店舗の電力使用量を可視化できるサービスを導入し、省エネ意識の向上を図っている。【小売業（コンビニ）】
- 省エネについては効果の大きい内容についてはほぼやりきっており、2030年目標としている2013年比GHG50%削減については実現可能だと思いが、今後の取組について難しさを感じている。ESG関係は海外取引先からも以前ほど評価されなくなってきている印象がある。【鉄鋼業】
- 自社商品について、原材料調達から廃棄・リサイクルまでの全ての工程で発生する環境負荷を可視化する「SuMPO EPD」を取得。当認証の認知度が低いためか反応が鈍く営業につながったと言えないものの、認証を取得したことで、工程ごとのCO<sub>2</sub>削減の改善余地を見つけることに役立てられている。【食品製造業】
- 太陽光発電設備や蓄電池などを導入し、グリーン電気に代替していく方針。エコアクション21認証を取っており、2019年比で2030年に3割減らす目標を設定。【小売業（自動車販売）】

# 調査結果の概要 ～カーボンニュートラル～

## ② サプライチェーンでの排出量削減や他社と協働での取組について

### <ヒアリング結果の概要>

- サプライチェーンでの排出量削減や他社と協働での取組については、主に**(1)サプライチェーン全体での排出量削減に向けた取組(2)顧客の排出削減や環境負荷低減につながる製品の開発(3)他社と協働での啓発イベント**について取り組んでいるとの声が聞かれた。
- (1)については、具体的な取組として、**CO<sub>2</sub>低減事例の共有、材料変更支援、勉強会の開催、物流効率化を実施している**との声が多い。また、**スコープ3の算定が徐々に求められている中、取引先への対応に苦慮している**との声が聞かれた。
- (2)については、**顧客の環境配慮に関する感度が高く、引き合いが多くある**との声が聞かれた。
- (3)については、**主に小売業において他社と協働で環境配慮に関するイベントを実施している**との声が聞かれた。

### (主なコメント)

- サプライヤーに対し、排出量削減の支援を実施している。具体的には、調達金額ベースで一定割合以上を占める先に対して、CO<sub>2</sub>低減事例の紹介、技術的支援、再エネ調達支援、材料変更支援などを実施。【輸送機械工業】
- 現状では、仕入先の取組が十分に進んでいない部分も多く、サプライヤー支援として、勉強会の開催や省エネに関する助言等を実施しているものの、規模の小さな事業者の場合、必要な投資負担が事業継続性に影響し得るため、踏み込んだ対応が難しい面もある。【鉄鋼業】
- トラックの走行距離削減を通じたCO<sub>2</sub>排出量削減を目的として、競合他社との共同配送を一部エリアで実施している。【小売業（コンビニ）】
- 調達基本方針の中に「グリーン調達」を掲げ、定期的取引先に監査を実施しているものの、スコープ1・2に比べて、スコープ3の対応には苦慮している。【輸送機械工業】
- 独自のソフトウェアにより、使用していない機器を自動で停止できる製品を開発・販売し、カタログにも省エネをPRしている。特に中小企業の顧客は省エネに敏感なので需要は高い。【生産用機械工業】
- CTクランプや流量計に接続することで、電気、ガス、排水などの使用量・CO<sub>2</sub>排出量をクラウドから確認できるエッジデバイスを自社製品として展開中。顧客の排出削減や環境負荷低減に貢献している。【輸送機械工業】
- 約40社の取引先と共同で、環境配慮型商品や環境をテーマとした商品・サービスを顧客に訴求するイベントを2024年より年2回実施しており、3R・フードロスなど環境負荷低減の取組を推進している。全店で環境配慮型商品を展開すると共に、工場見学など体験ツアーに参加できるキャンペーンを実施し、好評を頂いている。【小売業（スーパー）】
- 売上増にはつながらなかったが、他社と共同でエシカル消費やエコに関する啓発イベントを行ったことがある。【小売業（百貨店）】