

地域の豊かな未来につながる

経営者アンケート 2026

(詳細版)

2026年4月

● <u>調査実施概要</u> . . . . .	3
● <u>調査結果</u>	
1. <u>回答者属性</u> . . . . .	5
2. <u>経営課題</u> . . . . .	8
3. <u>海外進出</u> . . . . .	35
4. <u>サステナビリティ</u> . . . . .	42

- 調査目的：当研究所賛助会員様およびYMfgグループの取引先経営者様の経営課題等に関するご認識・ご意見をお伺いし、地域活性化に向けた政策提言、当研究所機関誌等による調査結果の掲載、各行のサービス向上等に活用することを目的とする。
- 調査対象：ちいき未来研究所の賛助会員様、山口銀行・もみじ銀行・北九州銀行の取引先経営者様
- 回答方法：無記名式でWeb方式によるアンケート調査
- 調査時期：2026年1月19日（月）～2月27日（金）
- 有効回答数：1,422社

本社所在地	件数	構成比
山口県	709	49.9%
広島県	425	29.9%
福岡県	231	16.2%
その他	57	4.0%
合計	1,422	100.0%

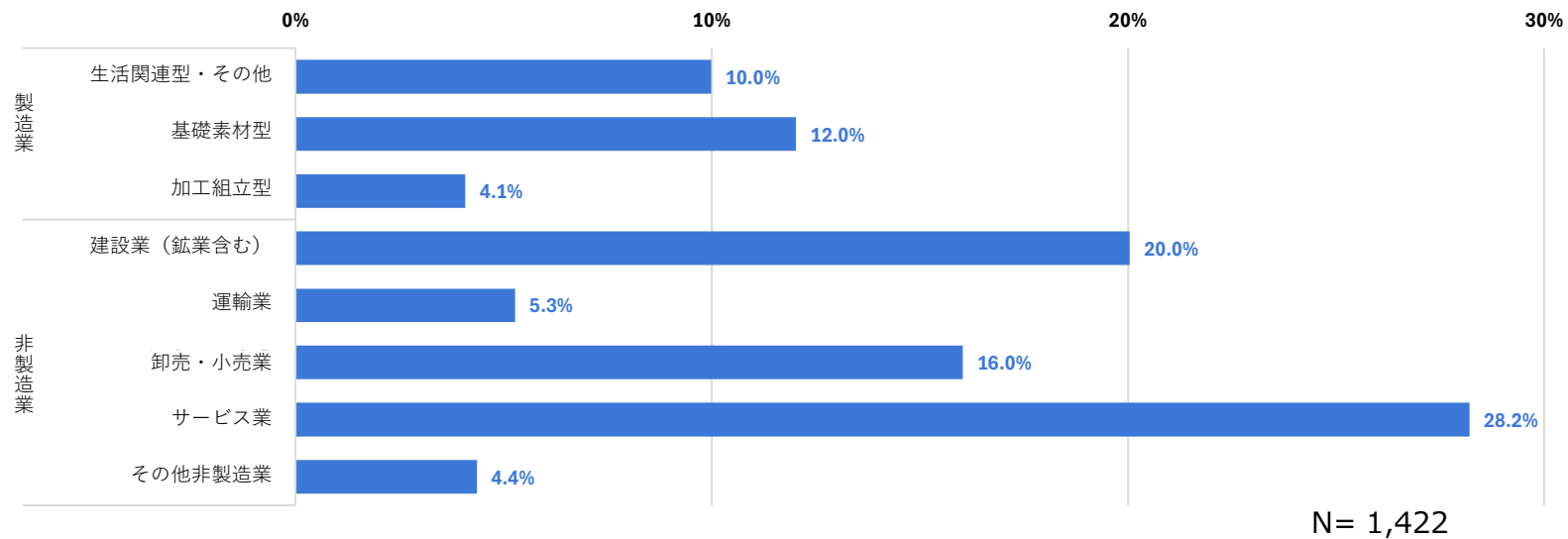
## ■ 経営課題・海外進出・サステナビリティをテーマに下表について質問

属性	Q1	売上高で最も大きなウエイトを占めている業種
	Q2	本社が所在する場所
	Q3	業歴（創業年ではなく年数）
	Q4	資本金
	Q5	従業員数（役員、パート・アルバイトを除く）
	Q6	前回決算時の年間売上高
	Q7	経営者（代表者）の年齢
	Q8	経営者（代表者）の代表在任年数
経営課題	Q9	今後3～5年先の業界の市場規模の見通し
	Q10	今後3～5年先の自社の事業展望
	Q11	成長の要素として重視しているもの
	Q12	売上高、販売量、原材料・仕入単価、販売管理費（人件費を除く）、人件費の状況
	Q13	自社の現状の課題
	Q14-1	現在取り組んでいる（予定している）こと
	Q14-2	現在取り組んでいることのうち、専門機関のアドバイスが欲しいもの
	Q15	人員の過不足状況
	Q16	人員不足の主な要因
	Q17-1	人材確保のために実施している取り組み
	Q17-2	人材確保のために実施している取り組みのうち特に効果が高いもの
	Q18	IT化を進めたい分野
	Q19	事業承継の予定・意向
Q20	事業承継を行う上での課題	
Q21	後継者へ事業承継を行う場合に必要期間	

海外進出	Q22	海外進出への興味・関心
	Q23	具体的に興味・関心がある国・地域
	Q24	興味・関心があるビジネス
	Q25	海外進出を検討する際に重要な要素
	Q26	海外におけるビジネス展開に際して有益と感じる支援
	サステナビリティ	Q27
Q28		脱炭素の取り組みを始めた（取り組みを予定・検討している）契機
Q29		脱炭素に対する外部関係者からの要請
Q30		外部関係者からの要請を受けて取り組んでいる（取り組みを予定・検討している）場合の要請内容
Q31		脱炭素に取り組む動機
Q32-1		脱炭素に向けての取り組み内容
Q32-2		脱炭素に向けて今後取り組みたいこと（現在「取り組んでいる」もの以外）
Q33		脱炭素に取り組む上での課題
Q34		脱炭素に取り組む上で有効と思う（受けたい、活用したい）支援策
Q35		脱炭素に対する今後の取り組みスタンス
Q36		脱炭素について「外部からの要請など必要が生じた場合には対応する」場合に対応しようと思う外部関係者
Q37		脱炭素に「現時点では取り組む予定はない」と思う理由
Q38		「自然資本・生物多様性」という言葉に対する理解
Q39		「自然資本・生物多様性」の保全と自社の事業との関連性
Q40		「自然資本・生物多様性」に対する現在の取り組み状況
Q41-1		「自然資本・生物多様性」に関する取り組み内容
Q41-2	「自然資本・生物多様性」に関して今後取り組みたいこと（現在「取り組んでいる」もの以外）	

# 1. 回答者属性

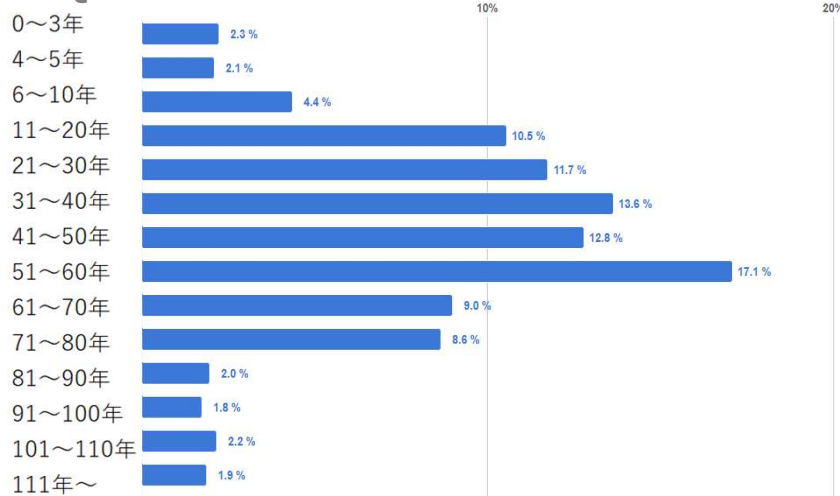
## Q1：売上高で最も大きなウェイトを占めている業種



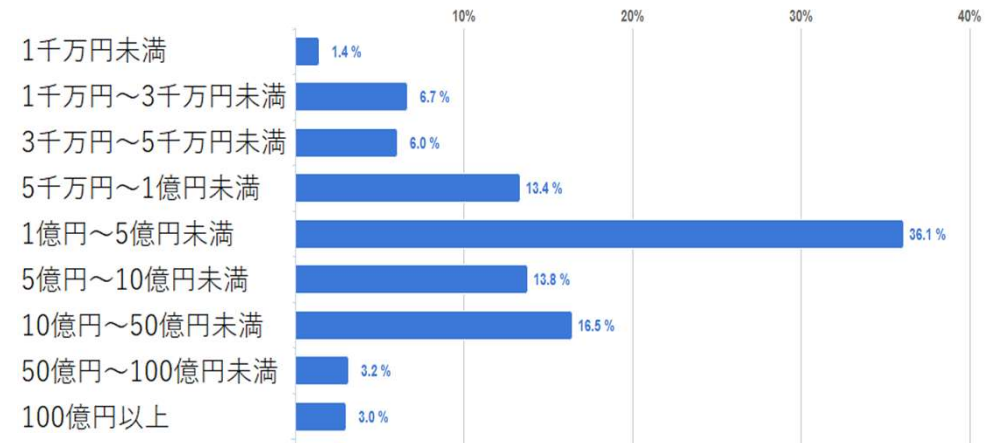
製造業	生活関連型・その他	食料品・飲料、繊維、印刷、その他製造業
	基礎素材型	木材・木製品、パルプ・紙・紙加工品、化学、石油・石炭製品、プラスチック・ゴム製品、窯業・土石製品、鉄鋼・非鉄金属、金属製品
	加工組立型	はん用・生産用・業務用機械、電気・情報通信機械、輸送用機械
非製造業	建設業	建設業、鉱業
	運輸業	運輸業
	卸売・小売業	卸売業、百貨店・スーパー、乗用車販売、その他の小売業
	サービス業	不動産業、宿泊業・飲食サービス業、その他のサービス業
	その他非製造業	農林漁業、電気・ガス、情報通信業、その他の非製造業

\*業種統合にあたっては、製造業は経済産業省の産業3類型、非製造業は総務省の日本標準産業分類の区分を活用

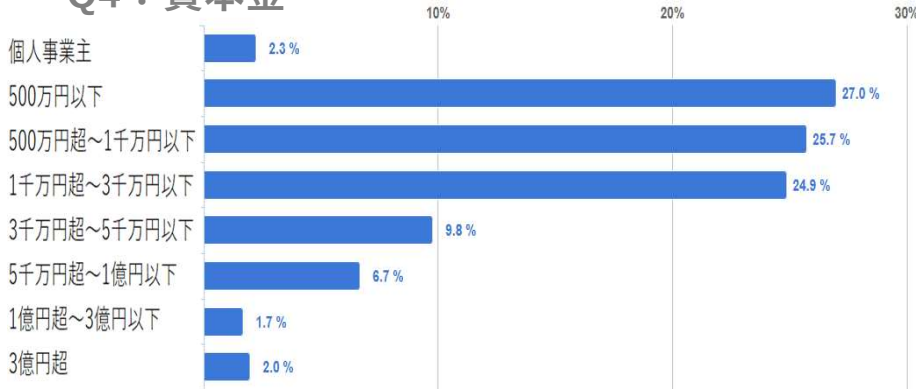
## Q3：業歴



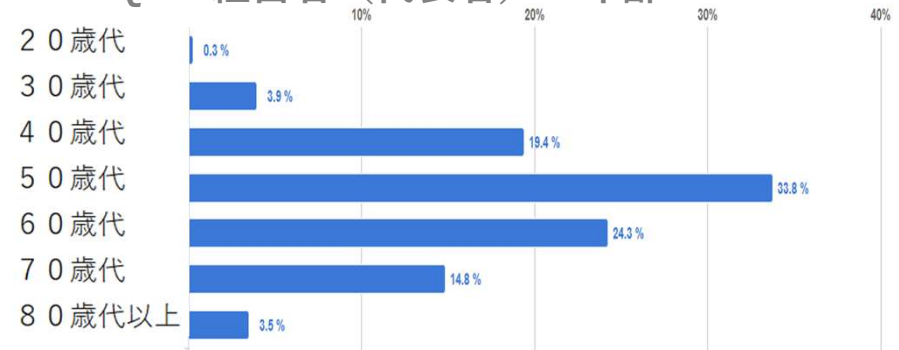
## Q6：前回決算時の年間売上高



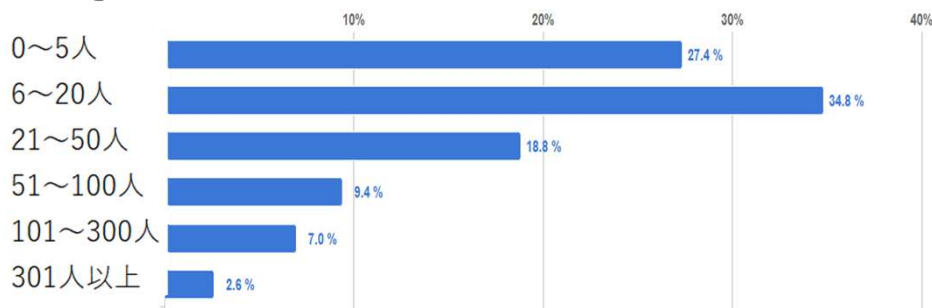
## Q4：資本金



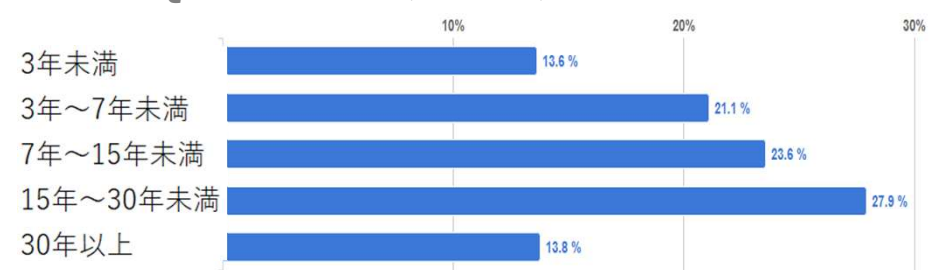
## Q7：経営者（代表者）の年齢



## Q5：従業員数



## Q8：経営者（代表者）の代表在任年数



N = 1,422

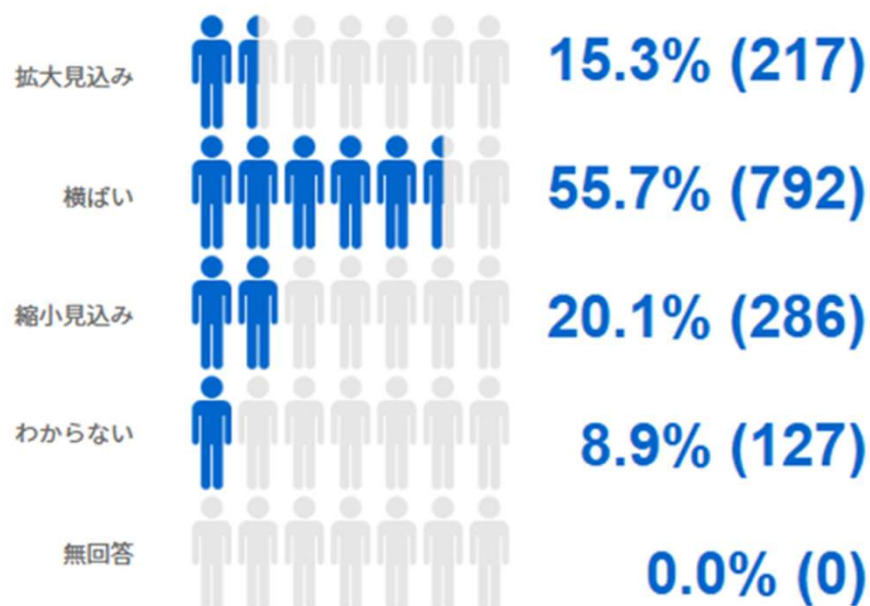
## 2. 経営課題

### ①環境認識、自社の展望と状況

Q9：今後3～5年先の業界の市場規模の見通しについて、あてはまるものを1つお選びください。

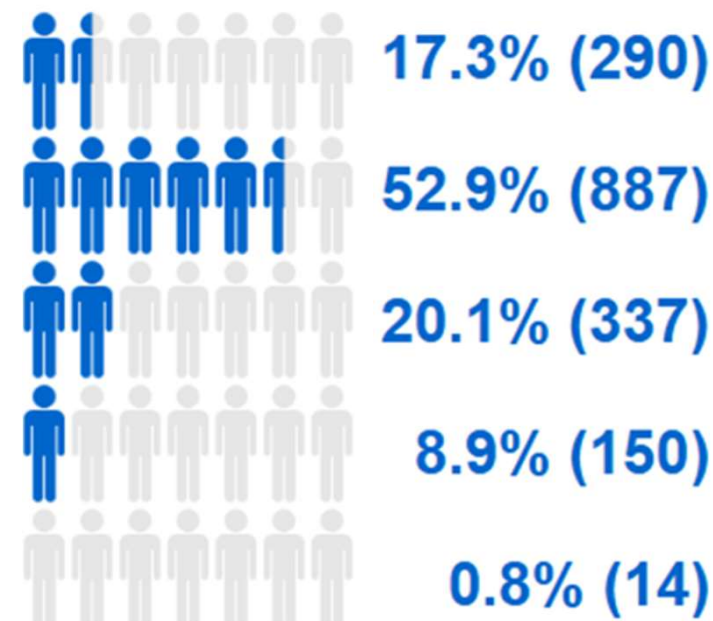
- 業界の市場規模の見通しでは、「横ばい（55.7%）」が過半数を占め、「拡大見込み」は15.3%、「縮小見込み」は20.1%、「わからない」は8.9%となった。市場の大幅な成長を見込む企業は少数派であり、多くの経営者が市場の伸びを期待する局面ではなく、**現状維持を前提に状況を見極める局面にある**と捉えていることがうかがえる。
- 前回調査と比較すると、「拡大見込み」はやや低下し、「横ばい」が相対的に上昇している。物価上昇や人材不足、地政学リスクなど外部不確実性の高まりを受け、成長期待よりも、**市場の停滞や競争激化を織り込んだ現実的な見通し**が経営者の間で強まっていることが推測できる。

【今回調査】



N= 1,422

【前回調査】

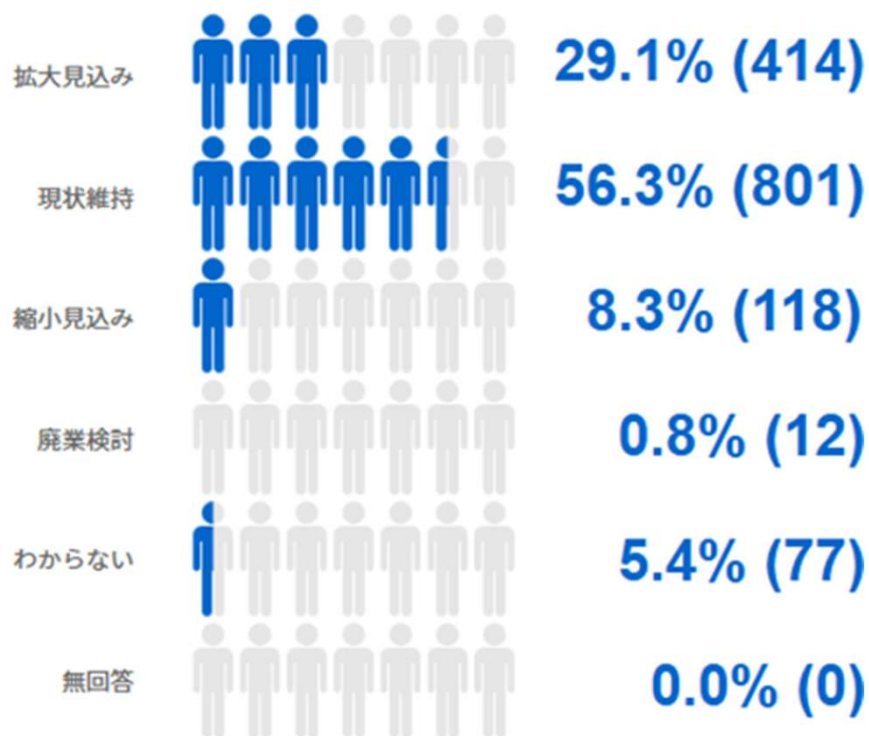


N= 1,678

Q10：今後3～5年先の貴社の事業展望について、あてはまるものを1つお選びください。

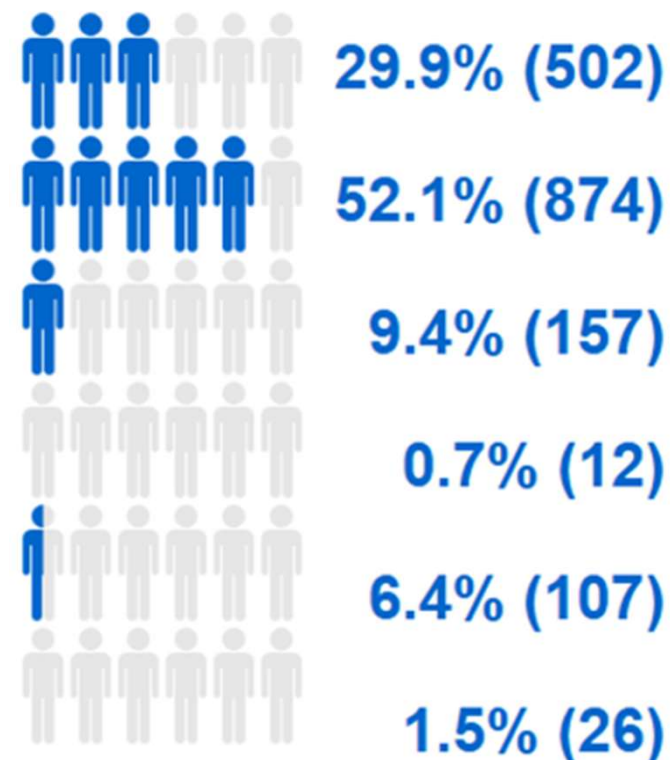
- 自社の事業展望は、「**現状維持**」が**56.3%**と過半数を占め、「**拡大見込み**」が29.1%と約3割に達している。一方、「**縮小見込み**」は8.3%、「**廃業検討**」は0.8%にとどまる。
- 「**拡大見込み**」の29.1%は、前ページの市場見通しにおける「**拡大見込み**」の15.3%よりも多いことから、外部環境の不透明感が増す中で、**環境を楽観はしないが、自社の将来には可能性を見出そうとする経営者が一定数存在することが読み取れる。**
- 前回調査と比較しても、事業展望の中心が「**現状維持**」にある構図は大きく変わっておらず、**拡大志向と慎重姿勢が併存する傾向が続いている。**

【今回調査】



N= 1,422

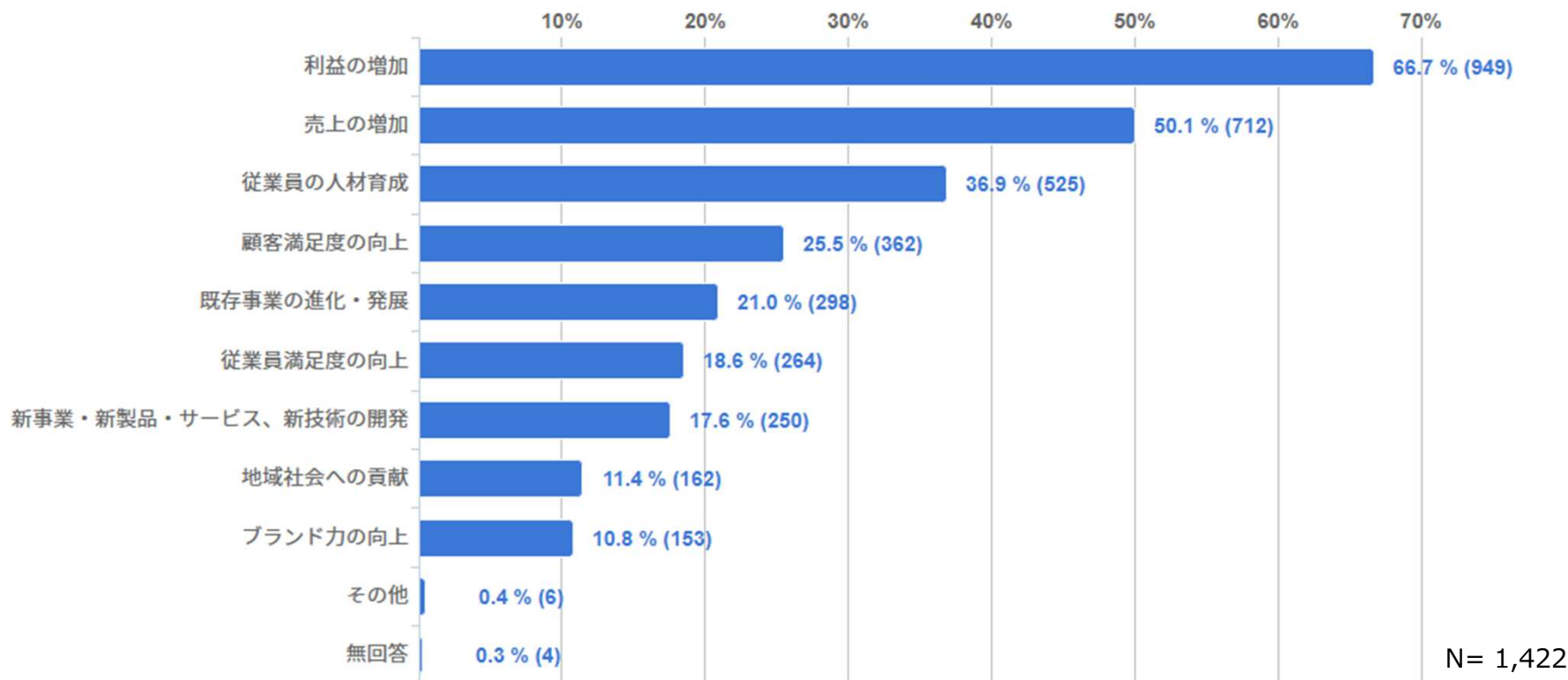
【前回調査】



N= 1,678

Q11：貴社が成長の要素として、重視しているものを3つまでお選びください。

- 自社の成長要素として、「利益の増加（66.7%）」「売上の増加（50.1%）」が上位2項目に挙げられており、「**足元の収益確保**」型の成長観を持つ経営姿勢がうかがえる。「利益」が「売上」を16.6ポイント上回っていることから、人件費や原材料などのコスト高を背景に、**短中期の経営安定を最優先する慎重な経営姿勢**となっていると考える。
- 「従業員の人材育成（36.9%）」が3位、「従業員満足度の向上（18.6%）」が6位となっており、**人材を自社の成長要素とする企業も相当数存在する**と推察できる。
- 「新事業・新製品・サービス、新技術の開発（17.6%）」は「既存事業の進化・発展（21.0%）」を下回っていることから、**既存事業を磨く成長戦略が多い**傾向が確認できる。
- 「地域社会への貢献」や「ブランド力の向上」は1割程度にとどまることから、社会価値を自社成長の直接要素として考える経営者は限定的と言える。



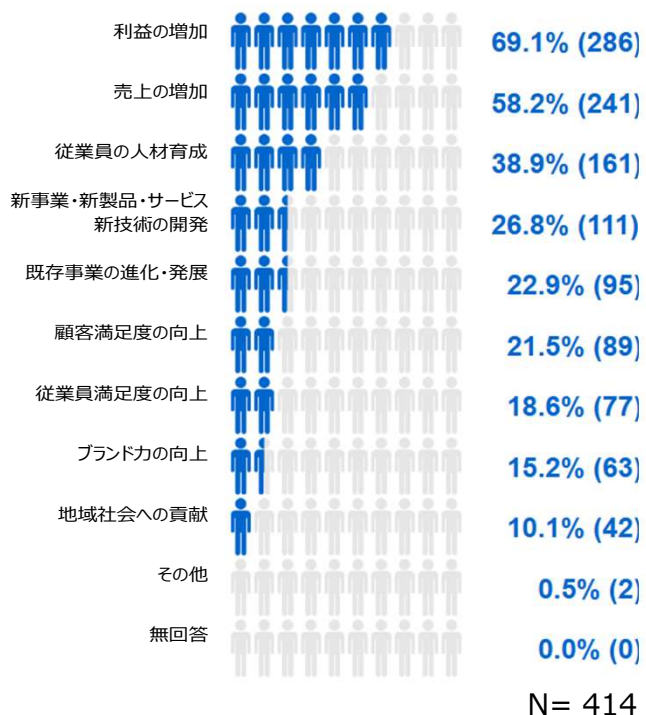
Q10：今後3～5年先の貴社の事業展望について、あてはまるものを1つお選びください。

Q11：貴社が成長の要素として、重視しているものを3つまでお選びください。

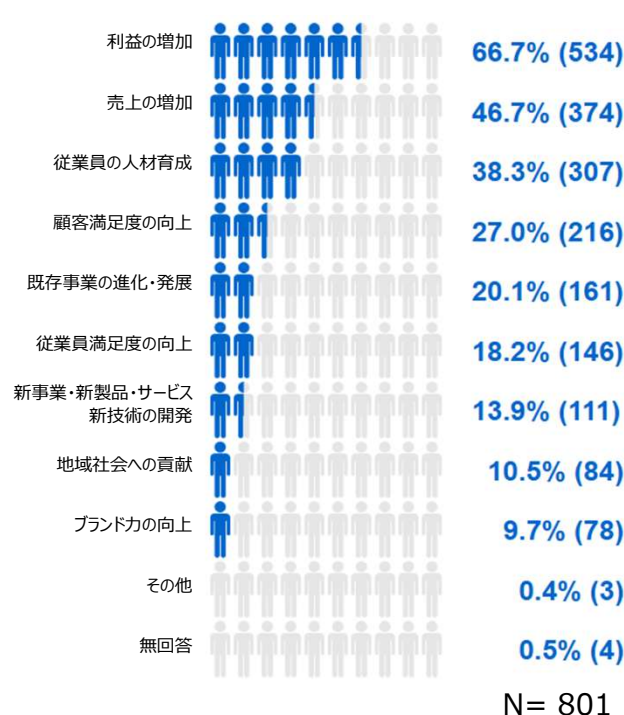
成長の要素を事業展望別にみても

- 今後3～5年先の**事業展望を「拡大見込み」とする企業**は、他の企業群よりも「売上の増加（58.2%）」が10ポイント以上高い。また、唯一、「新事業・新製品・サービス、新技術の開発（26.8%）」が「既存事業の進化・発展（22.9%）」を上回っていることから、既存事業よりも、**新たな収益源づくりに重点を置いている**様子が見える。
- 「**現状維持**」とする企業は、「既存事業（20.1%）」が「新規事業（13.9%）」よりも高いことから、**既存事業の磨き込みを重視する傾向**が見える。
- 「**縮小見込み**」とする企業は、現状維持企業と比較すると「人材育成」「ブランド力」が下回る一方、「顧客満足度」「従業員満足度」「地域貢献」等は上回っていることから、効果実現までに時間がかかる要素は抑制しつつ、**既存ステークホルダーの維持を重視している**様子が見える。

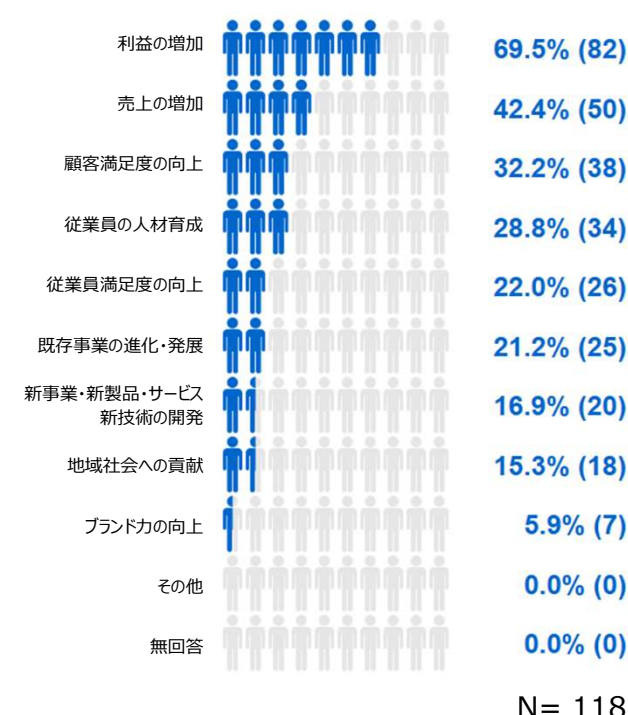
【事業展望/拡大見込み】



【事業展望/現状維持】



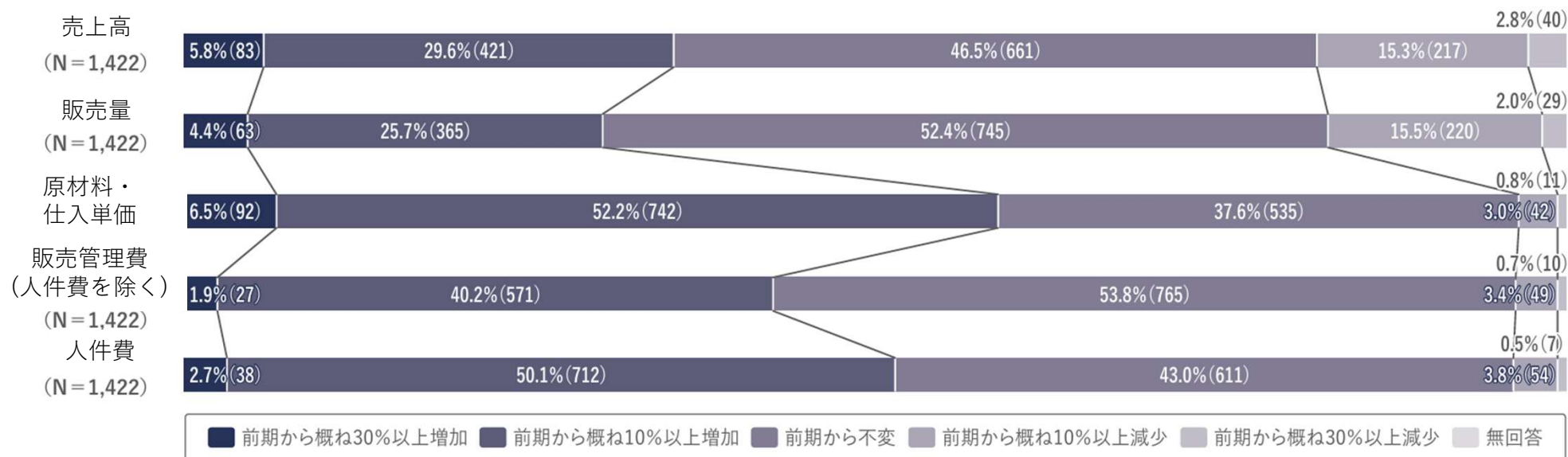
【事業展望/縮小見込み】



Q12：売上及び収益の状況について、項目ごとにあてはまるものをそれぞれ1つお選びください。

総じて、**収益環境は圧迫局面**にある。**売上・販売量が横ばい**で推移する一方、原材料費・人件費を中心としたコスト増が続いており、**利益確保の難易度は高まっている**。

- 売上高は横ばい基調**  
 「前期から不変」が46.5%と最多。増加企業（35.4%）は減少企業（18.1%）を上回るものの、全体としては力強さに欠ける。増加企業の一部に、価格転嫁の進展が推測できる。
- 販売量も同様に停滞**  
 「前期から不変」が52.4%を占め、増加企業は30.1%、減少企業は17.5%にとどまる。
- 原材料・仕入単価は大幅に上昇**  
 「10%以上増加」が52.2%、「30%以上増加」も6.5%に達し、増加企業は合計58.6%。コスト上昇圧力が極めて強い。
- 販管費（人件費除く）は増加傾向**  
 「不変」が53.8%と最多だが、「10%以上増加」が40.2%に達し、上昇傾向にある。
- 人件費は過半数で増加**  
 「10%以上増加」が50.1%、「30%以上増加」も2.7%あり、増加企業は合計52.7%。人手不足を背景とした賃上げの影響が顕在化している。



## ポイント① | 市場・自社展望ともに慎重認識が主流

- 業界の市場規模見通し、自社の事業展望ともに、「横ばい・現状維持」が過半数を占めている。一方で、環境を楽観はしないが、自社の将来には可能性を見出そうとする経営者が一定数存在するとみられる。

## ポイント② | 成長の軸足は「売上拡大」より「利益確保」

- 成長要素としては「利益の増加」が「売上の増加」を上回っており、規模拡大よりも収益の確保・安定を重視する姿勢が強い。

## ポイント③ | 売上停滞とコスト上昇が重なり、収益構造は圧迫局面

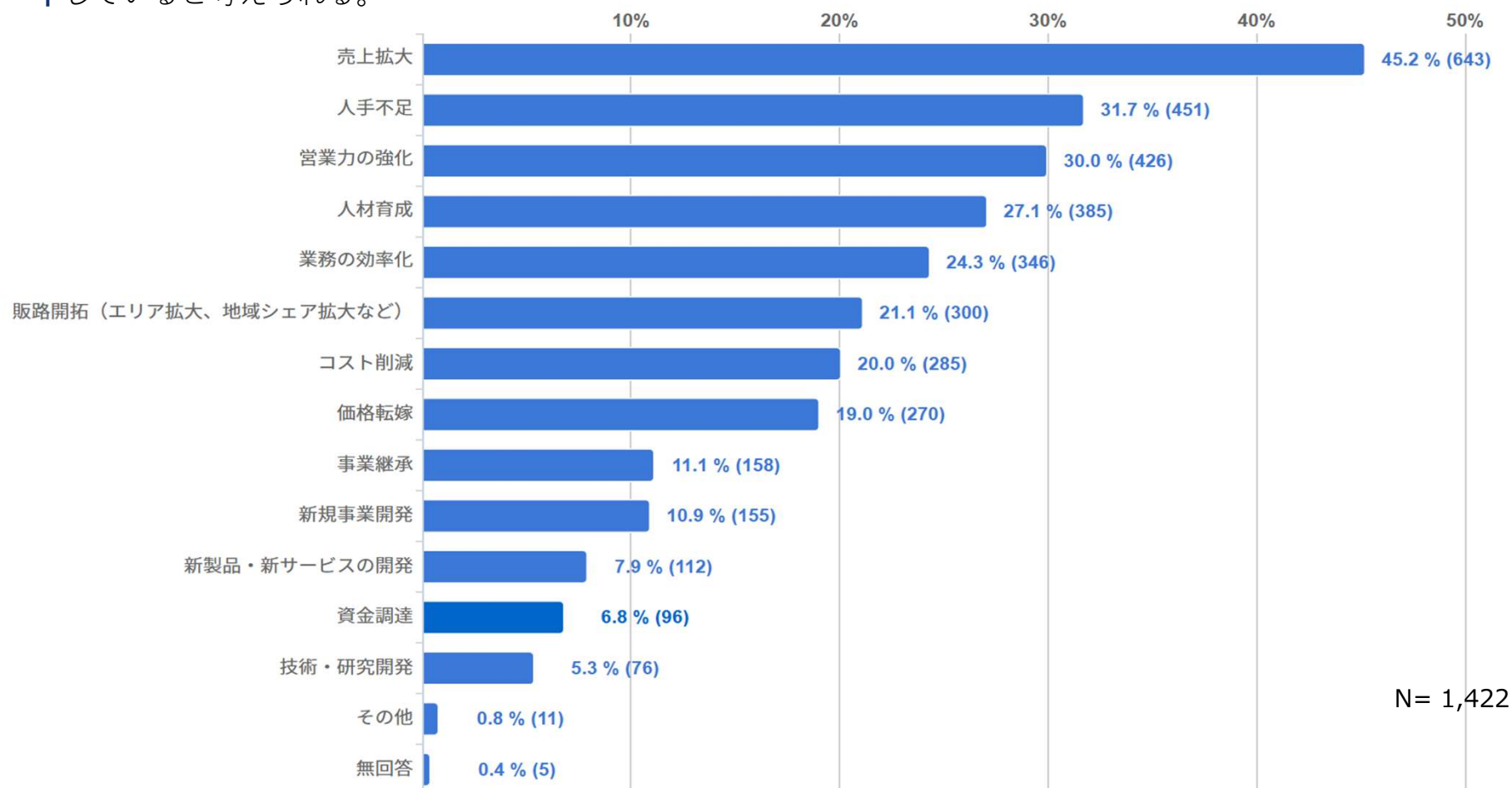
- 売上高や販売量は「前期から不変」が約半数を占める一方、原材料費と人件費は「増加」が過半数を占めている。価格転嫁の動きは一部に見られるものの、全体としてコスト上昇が収益を圧迫する構造が浮き彫りとなっている。

## 2. 経営課題

### ②経営課題の実態と対応状況

Q13：貴社の現状の課題について、主なものを3つまでお選びください。

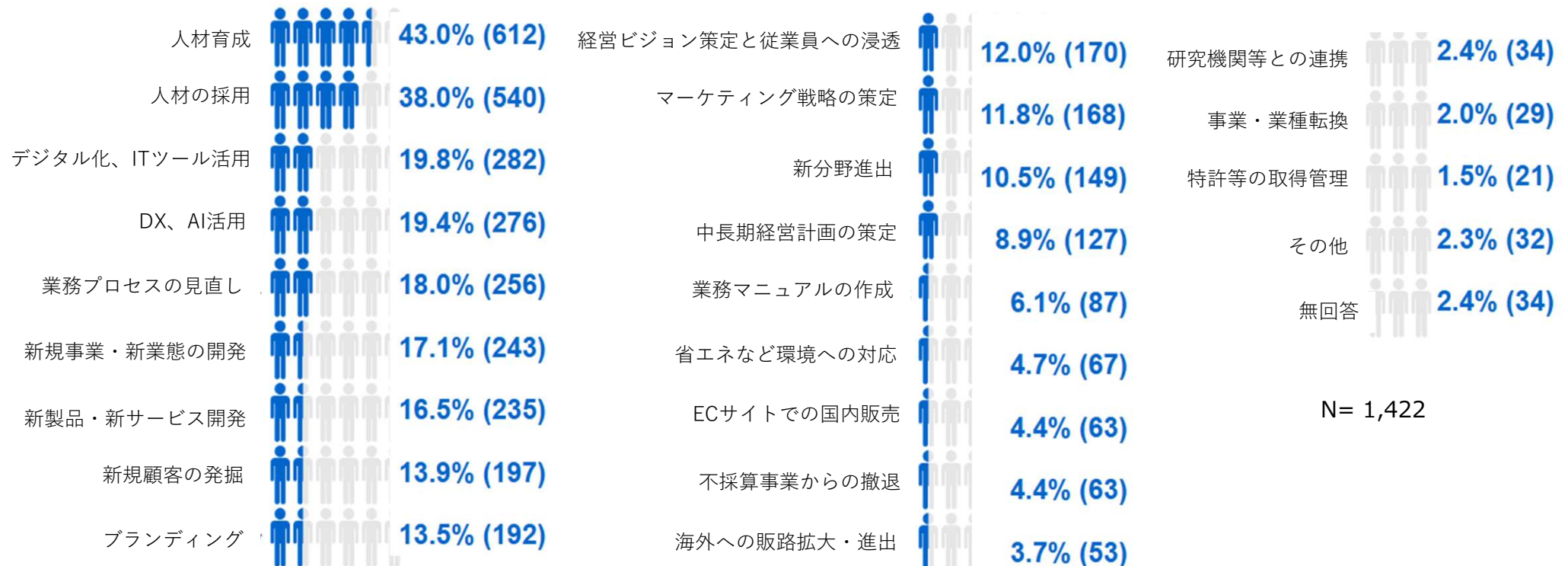
- 経営課題は「売上拡大（45.2%）」が突出して高く、**厳しい収益環境下においても、成長志向を維持しようとする姿勢**が読み取れる。また、「営業力の強化（30.0%）」が3割に達している点から、**売上拡大は市場環境の改善待ちではなく、自助努力による受注力向上で実現**しようとする姿勢がうかがえる。
- 一方で、「人手不足（31.7%）」「人材育成（27.1%）」がともに上位に位置しており、**人的リソースが成長のボトルネックとなっている**企業が多いことが明確である。「人材の確保（量）」と「人材育成（質）」が同時に課題として挙がっている点は、**短期的な即戦力不足と中長期的な組織力強化の双方に課題を抱えている状況**と推察できる。
- 上位4項目から、企業の関心が広範な経営改革よりも、**売上・人材といった喫緊かつ足元の経営に直結する課題に集中**していると考えられる。



# 取り組み事項（予定を含む）

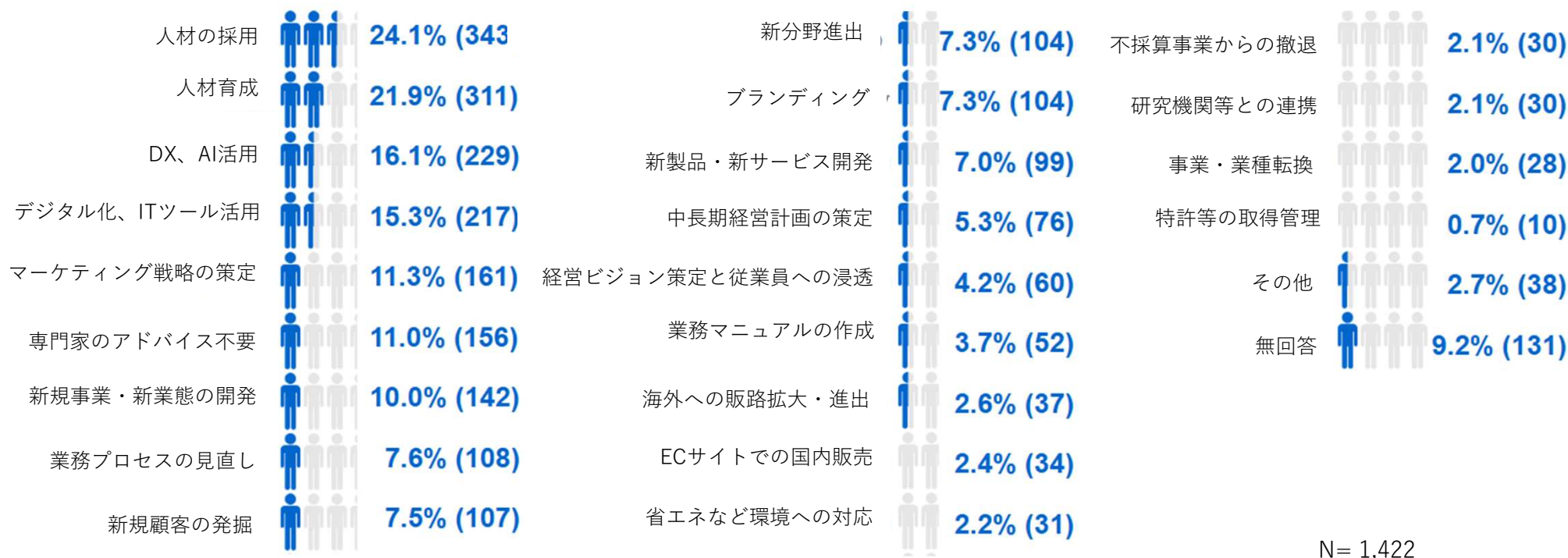
Q14：貴社で現在取り組んでいる（予定している）ことについて、あてはまるものをすべてお選びください。

- 現在、解決に取り組んでいる（予定を含む）経営課題は、「人材育成（43.0%）」と「人材の採用（38.0%）」といった「人」に関する取り組みが突出している。経営課題で上位に挙げられた「人手不足（31.7%）」「人材育成（27.1%）」と整合しており、**人材市場のひっ迫が恒常化している**ことの裏返しと考えられる。
- 中位層として「デジタル化・ITツール活用（19.8%）」「DX・AI活用（19.4%）」「業務プロセスの見直し（18.0%）」が続いており、**人手不足対策として、省人化・標準化ツールの活用**がうかがえる。また、「DX・AI」という先進概念と、「ITツール活用」「業務プロセス見直し」がほぼ同水準であり、**一気通貫のDXというより、現場改善型・部分最適型のデジタル導入が主流**であることが推察される。
- 成長系施策は「新規事業・新業態の開発（17.1%）」「新製品・新サービス開発（16.5%）」「新分野進出（10.5%）」「不採算事業からの撤退（4.4%）」「事業・業種転換（2.0%）」と2割未満の水準にとどまっており、**事業ポートフォリオ転換には慎重な姿勢**がうかがえる。



Q14：貴社で現在取り組んでいることのうち、専門機関のアドバイスが欲しいものをすべてお選びください。

- 自社単独では限界を感じており、外部知見を求めている領域として、人材に関する「人材の採用（24.1%）」「人材育成（21.9%）」が2割を超えている。単なる採用支援にとどまらず、人材戦略（役割設計、育成・評価）まで踏み込んだ支援が求められていると推察する。
- 次に、「DX・AI活用（16.1%）」「デジタル化、ITツール活用（15.3%）」が多い。人材不足を背景として、ツール導入にとどまる支援ではなく、業務・組織・業績を横断的に支援できる専門的支援が求められている可能性がある。
- 「マーケティング戦略の策定（11.3%）」に対して、「新規顧客発掘」「ブランディング」「新製品・新サービス開発」が低位にある点から、個別施策的支援よりも、経営戦略の一環としての支援が求められていると推察できる。
- 中上位に位置している「専門家のアドバイス不要（11.0%）」は、「必要ない」とする経営者と、「誰に頼めば何が解決するかが想像できない」という潜在的なニーズを抱える経営者とが混在していると考えられる。



N= 1,422

## ポイント① | 経営課題は「売上拡大」と「人材確保」に集中

- ・現状の経営課題は「売上拡大」「営業力強化」と並び、「人手不足」「人材育成」が上位にある。
- ・現下の経営環境から、抜本的な構造改革よりも、売上・人材という喫緊かつ足元の経営に直結する領域を優先課題としている状況が読み取れる。

## ポイント② | 対応策は「人材育成・採用」が主流、デジタル導入は部分最適型

- ・対応策・取り組み事項では「人材育成」「人材採用」が突出している。
- ・中位層にある「デジタル化・ITツール活用」「DX・AI活用」は、現場改善型・部分最適型の様相
- ・「新規事業・新業態」などの事業ポートフォリオ転換には慎重な姿勢がうかがえる。

## ポイント③ | 専門家支援ニーズは「人材戦略」「DX・業務改善」に集中

- ・専門機関のアドバイスを求める領域の上位は「人材採用」「人材育成」となった。  
役割設計や育成・評価を含む人材戦略まで踏み込んだ支援が求められていると推察する。
- ・「DX・AI活用」「ITツール導入」も多く、単なるツール導入支援ではなく、業務・組織横断的な専門的支援が求められている可能性がある。

## ポイント④ | 経営者の課題認識と対応策は「足元重視」が大勢

- ・経営課題・対応策ともに、売上・人材といった喫緊かつ足元の経営に直結するテーマが占める割合が高く、構造転換や新規事業といった抜本の変革は限定的である。
- ・専門家支援も、現場課題の解決や戦略的対応を重視する傾向がみられる。

## 2. 経営課題

### ③ 人員不足の実態と対応状況

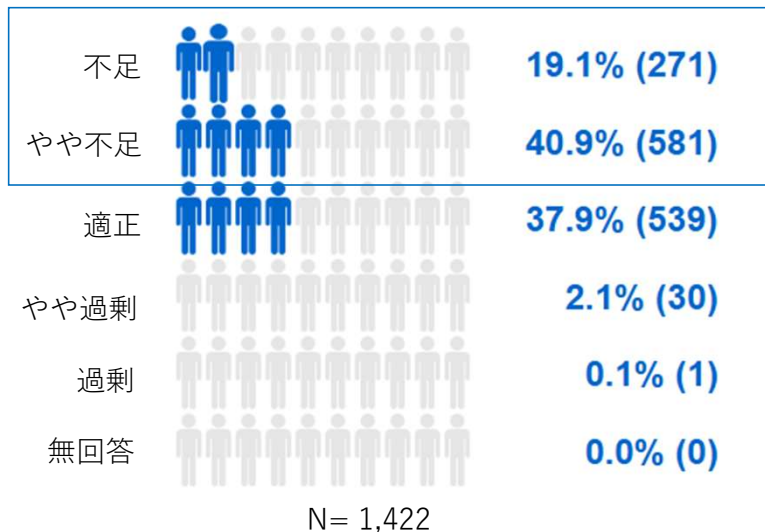
Q15(a)：人員の過不足状況について、あてはまるものを1つお選びください。

Q16(b):前問で「不足」「やや不足」とお答えの方にお伺いします。

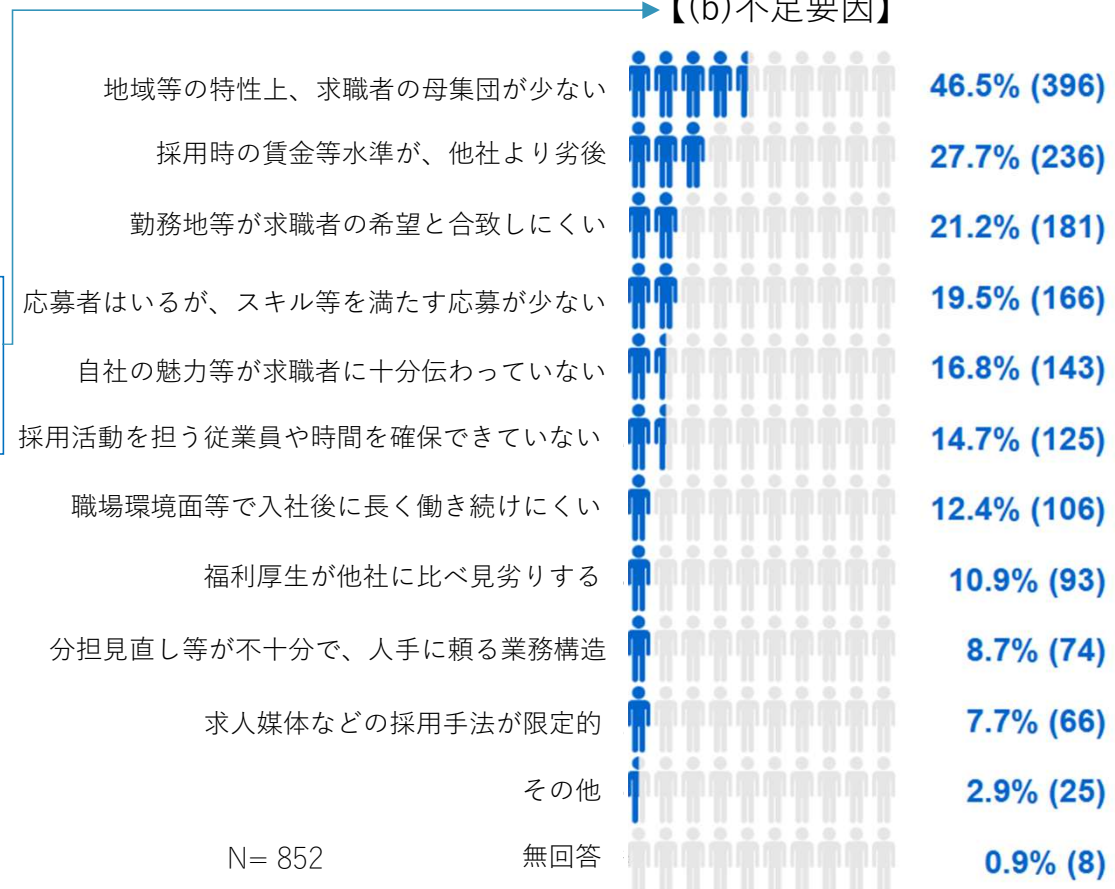
人員不足について、主な要因としてあてはまるものをすべてお選びください

- 「不足」「やや不足」と回答した企業は6割（60.0%）にも達していることから、**人材不足は、地域企業に広く共通する構造的問題**となっている。不足要因の最多は「地域等の特性上、求職者の母集団が少ない」（46.5%）であることから、**個社努力では解決しにくい状況**にあると言える。
- 不足要因の上位には「賃金水準等（27.7%）」「勤務地等の希望（21.2%）」といった処遇面の回答が続いており、**企業側は選ばれにくさを認識しつつも、コストや体制整備の制約から十分な対応が困難な状況**がうかがえる。
- 「応募者のスキル不足」も2割程度存在しており、育成余力の不足が即戦力依存を強め、**人材不足が長期化する構造**が示唆される。

【(a)過不足状況】

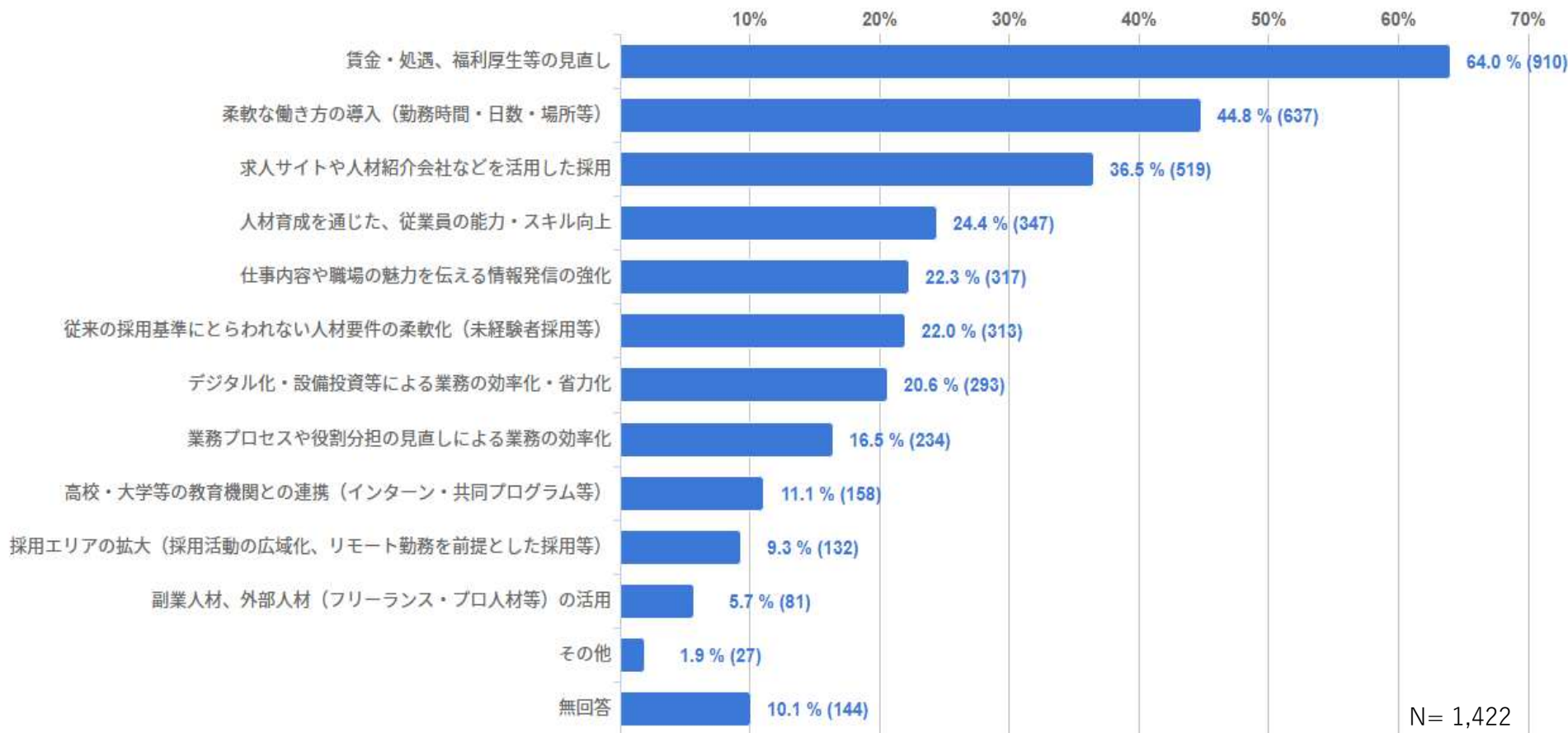


【(b)不足要因】



Q17：人材確保のために実施している取り組みについて、あてはまるものをすべてお選びください。

- 人材確保に向けた取り組みは、「賃金、処遇、福利厚生等の見直し（64.0%）」という**直接的な費用負担を伴う施策が最多**で過半数を占めた。2番目に、「柔軟な働き方の導入（44.8%）」が続いていることから、業務構造の見直しや生産性改善よりも、**雇用条件や働き方の見直しによる対応が優先**されている状況がうかがえる。
- 「デジタル化・設備投資等による業務の効率化・省力化」は20.6%、「業務プロセスや役割分担の見直し」は16.5%にとどまる。人材不足への対応は、**まず人を集めるための施策が先行し、仕事のやり方そのものを変える取組みには手を付けにくい**状況がうかがえる。
- また、「採用エリアの拡大（9.3%）」「副業人材・外部人材の活用（5.7%）」は1割未満と低く、**人材確保の対象や手段を広げる動きは限定的**である。全体として、**既存の雇用の枠組みの中で確保を図る対応が中心**となっている。



# 人員の過不足によって異なる経営課題

Q15(a)：人員の過不足状況について、あてはまるものを1つお選びください。

Q13(b)：貴社の現状の課題について、主なものを3つまでお選びください。

- ・ 人員が不足している企業では、約7割が「人手不足」を経営課題として挙げており、まずは**足元の人員確保や現場対応が経営の最優先事項**となっている状況がうかがえる。
- ・ 一方、人員が「適正」「やや過剰」とする企業では、「売上拡大」「営業力強化」といった、**市場開拓や成長に関する課題認識**が相対的に強くなっている。

【(b)課題】	全体	売上拡大	営業力の強化	販路開拓 (エリア拡大、地域シェア拡大など)	新規事業開発	新製品・新サービスの開発	技術・研究開発	価格転嫁	業務の効率化	コスト削減	事業継承	資金調達	人手不足	人材育成	その他	無回答
【(a)人員】																
全体	(1422)	643 45.2	426 30.0	300 21.1	155 10.9	112 7.9	76 5.3	270 19.0	346 24.3	285 20.0	158 11.1	96 6.8	451 31.7	385 27.1	11 0.8	5 0.4
不足	(271)	115 42.4	76 28.0	39 14.4	33 12.2	8 3.0	8 3.0	47 17.3	67 24.7	41 15.1	30 11.1	17 6.3	189 69.7	89 32.8	0 0.0	0 0.0
やや不足	(581)	235 40.4	174 29.9	130 22.4	53 9.1	48 8.3	38 6.5	120 20.7	161 27.7	109 18.8	58 10.0	40 6.9	228 39.2	171 29.4	5 0.9	0 0.0
適正	(539)	278 51.6	160 29.7	121 22.4	64 11.9	50 9.3	28 5.2	97 18.0	113 21.0	128 23.7	67 12.4	34 6.3	34 6.3	118 21.9	5 0.9	5 0.9
やや過剰	(30)	15 50.0	16 53.3	10 33.3	5 16.7	6 20.0	2 6.7	6 20.0	4 13.3	6 20.0	3 10.0	4 13.3	0 0.0	7 23.3	1 3.3	0 0.0
過剰	(1)	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	1 100.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

(注) 全体との比率の差

	全体+10%
	全体+5%
	全体-5%
	全体-10%

Q17：人材確保のために実施している取り組みについて、あてはまるものをすべてお選びください。

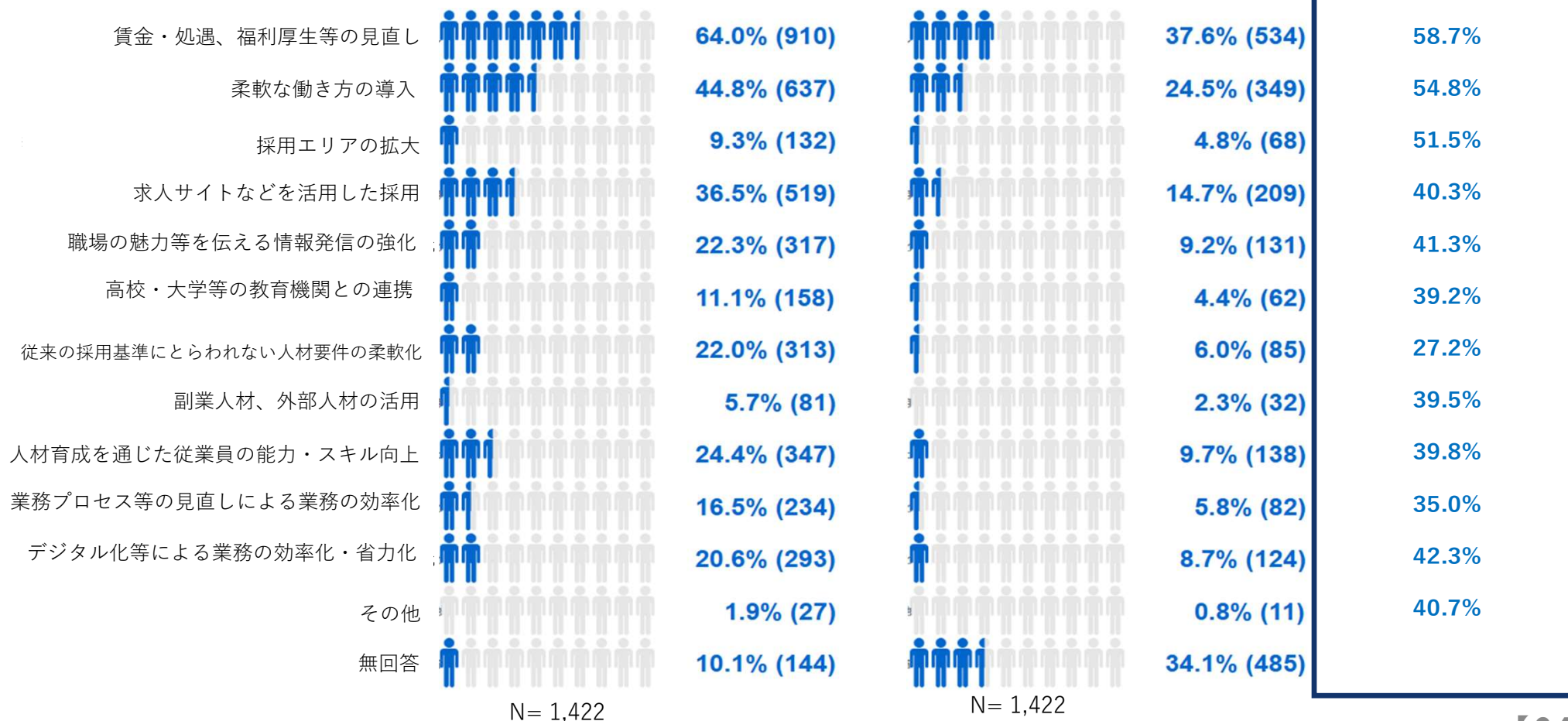
また、実施している取り組みのうち、特に効果が高いものを3つ以内でお選びください。

- 人材確保に向けた取り組み（前々ページ）を実施している企業が、「特に効果が高い」と評価した割合（有効割合（②/①））をみると、取組み実施率が最高だった「賃金等の見直し（64.0%）」は、有効割合も58.7%と最高となった。
- また、実施率が2番目に高い「柔軟な働き方の導入（44.8%）」も有効割合が54.8%と2番目に高いことから、実施率の上位2施策は有効性も高く評価されていることが確認できた。
- 一方で、実施率の3番目以下の施策では、実施率と有効割合の順位に乖離がみられる施策もあるため、人材確保施策の見直しにご活用いただきたい。

## 【取り組み事項①】

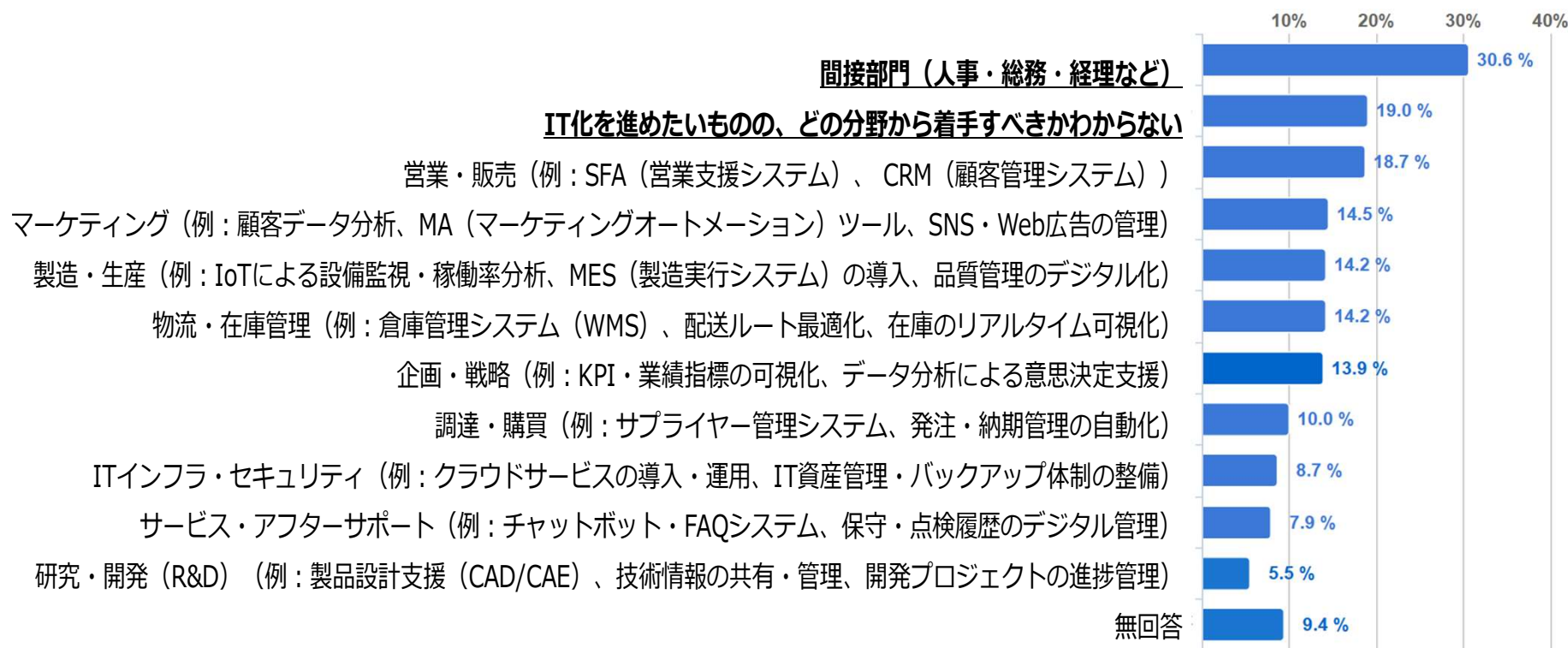
## 【高効果②】

## 【有効割合②÷①】



Q18：IT化を進めたい分野について、あてはまるものをすべてお選びください。

- IT化を進めたい分野では、「**間接部門（人事・総務・経理など）**」が**30.6%**と最も高く、勤怠管理や給与計算、経費精算といった**定型・事務業務の省力化ニーズ**が突出している。人材不足を背景に、まずは日常業務の負担軽減や効率化を優先する姿勢が表れている。
- 一方で、「どの分野から着手すべきかわからない」が19.0%で2番目に多くなっており、IT化の必要性は認識しつつも、**IT投資を人材戦略や経営成果と結び付けた構想が描けていない状況**がうかがえる。
- 全体として、IT化は成長投資というよりも、**人手不足への対症的対応としての位置づけが強く**、業務改善や経営成果との結び付きを見据えた戦略的活用には至っていない段階にあると考えられる。



N= 1,422

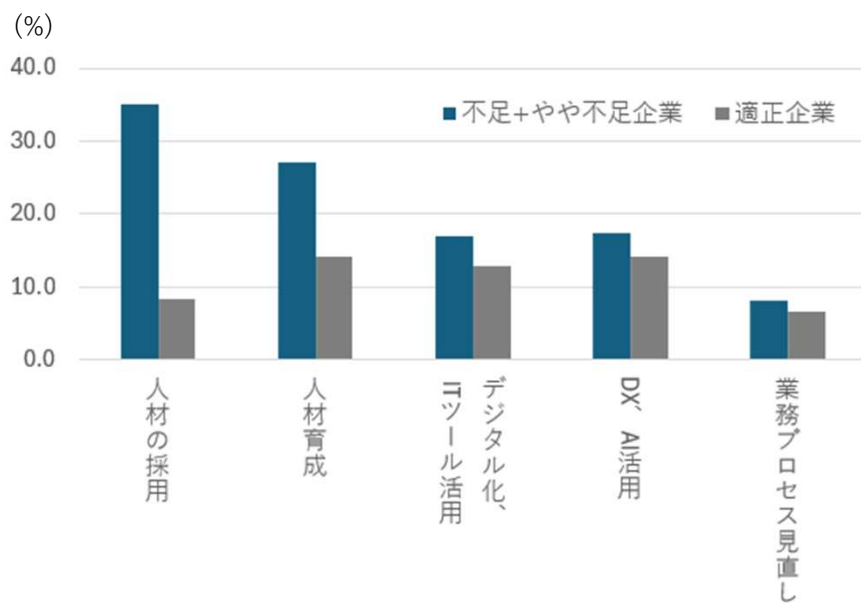
Q14：貴社で現在取り組んでいることのうち、専門機関のアドバイスが欲しいものをすべてお選びください。

Q15：人員の過不足状況について、あてはまるものを1つお選びください。

- 専門機関のアドバイスについて、人材が「不足」あるいは「やや不足」の企業では**人材領域に集中**している一方、人材が「適正」の企業では**成長施策や市場開拓へ広がる傾向**がみられる。
- 人材の過不足状況の違いが、支援ニーズや経営上の優先課題の違いに表れている。

## 【人員不足企業の回答割合が多い領域】

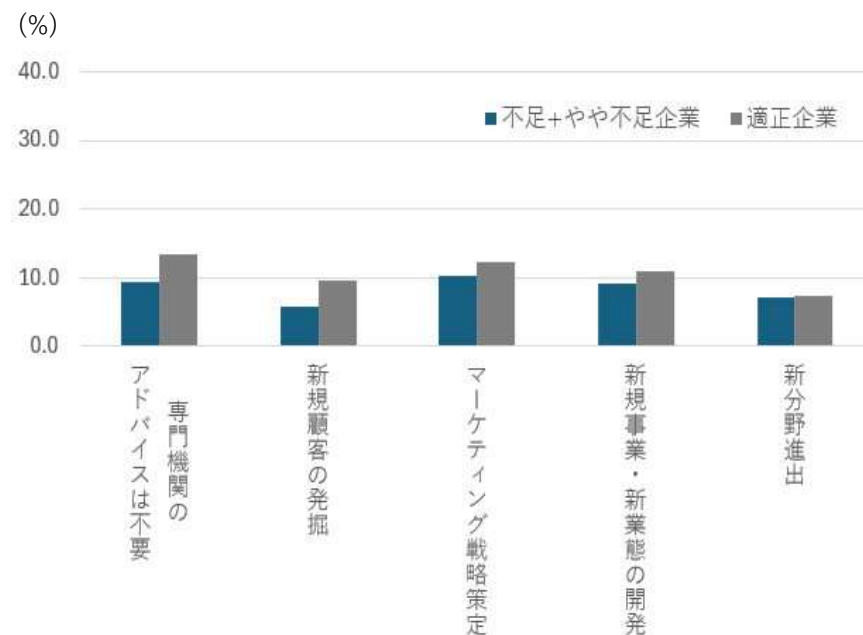
- **人材不足企業群**では、支援ニーズとして「人材の採用」「人材育成」が突出して高く、**人材を確保・戦力化する領域で自社対応に限界を感じている**実態が明確である。同時に、「DX・AI活用」「デジタル化・ITツール活用」も2割弱に達しており、**人材不足を背景に省力化・効率化への関心が高い**。



N= 852

## 【人員適正企業の回答割合が多い領域】

- **人材適正企業群**では、「マーケティング戦略の策定（12.4%）」 「新規事業・新業態の開発（10.9%）」 「新規顧客の発掘（9.6%）」などが人材不足企業を上回り、**成長領域への関心が相対的に高い**。



N= 539

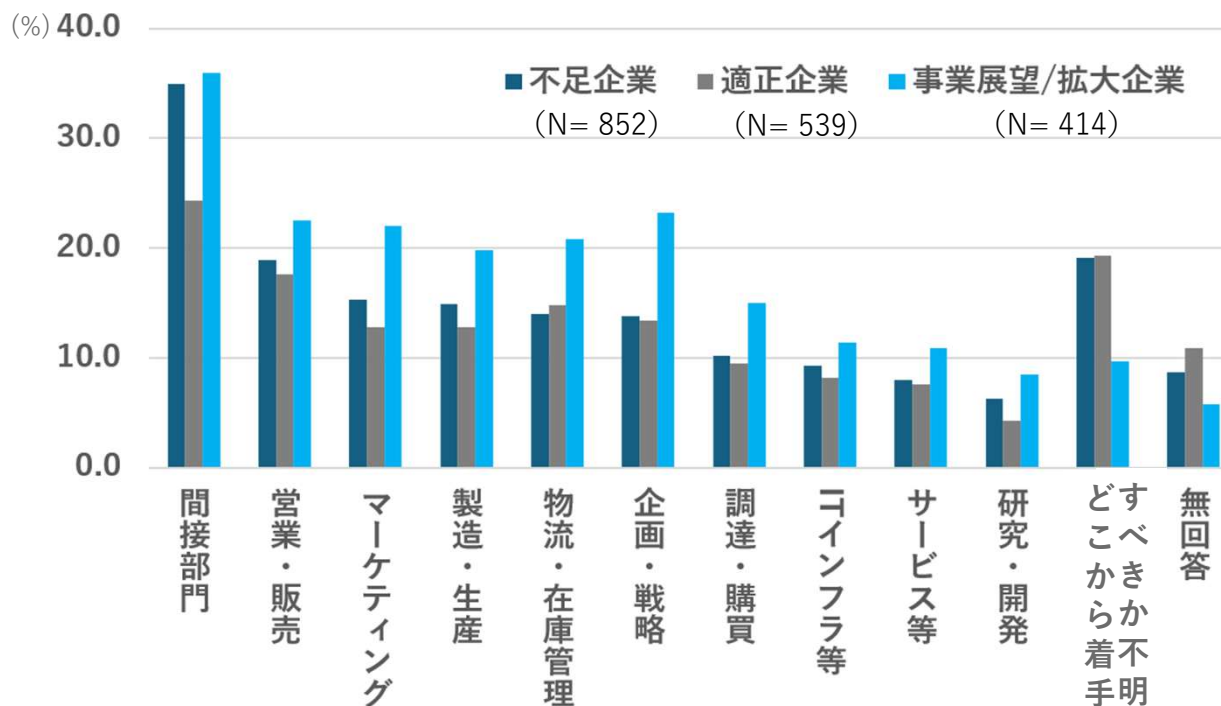
Q18：IT化を進めたい分野について、あてはまるものをすべてお選びください。

Q15：人員の過不足状況について、あてはまるものを1つお選びください。

Q10：今後3～5年先の貴社の事業展望について、あてはまるものを1つお選びください。

人員過不足別および事業展望別にみると、IT化を進めたい分野の優先順位と課題認識に違いがみられる。

- 人員が「不足・やや不足」の企業では、勤怠管理や給与計算など**定型業務の省力化を通じて、足元の人手不足に対応しようとする姿勢**が強い。また、「どの分野から着手すべきかわからない」とする企業も多く、IT活用を人材戦略や経営成果に結び付ける構想段階における課題を有する企業が一定数存在すると考えられる。
- 一方、人員が「適正」とする企業では、間接部門の省力化ニーズも一定程度あるものの、人員不足企業と比較すると、営業・マーケティングなどフロント領域や業務全体へのIT化ニーズとの差が小さいことから、**IT化を単なる省人化対応ではなく、業務改善や事業運営の効率化として捉えている**と考えられる。
- これに対し、**事業展望を「拡大見込み」とする企業**では、間接部門の省力化にとどまらず、事業拡大を見据えた業務基盤整備や、将来的な競争力強化を意識したIT活用への関心が比較的高い点が特徴で、**IT化を成長戦略の一要素として位置付けている傾向**がうかがえる。



## ポイント① | 人材不足は「構造的な共通課題」

- 人員が「不足」「やや不足」とする企業は6割に達しており、人材不足は地域企業に広く共通する構造的な問題となっている。
- 不足要因としては「地域等の特性上、求職者が少ない（求職者の母集団が少ない）」が最多で、個社努力では解決しにくい外部制約の影響が大きい。一方で、「応募者のスキル不足」（19.5%）も一定割合存在し、量・質の両面で人材不足が固定化する悪循環への懸念がある。

## ポイント② | 処遇改善・柔軟な働き方は有効だが、コスト制約が伴う

- 人材確保の取り組みとしては、「賃金・処遇・福利厚生の見直し」が最も多く、実施企業の6割強が効果を実感している。また、「柔軟な働き方の導入」も実施率・有効度ともに高い一方で、これも人件費増加を伴う施策であり、収益圧迫下では対応が難しい企業も多い。
- 業務構造の見直しや生産性向上に向けた取り組みは相対的に低位にとどまり、まずは足元の人員確保を優先する姿勢がうかがえる。

## ポイント③ | IT化は省力化目的が中心で、戦略的投資が課題

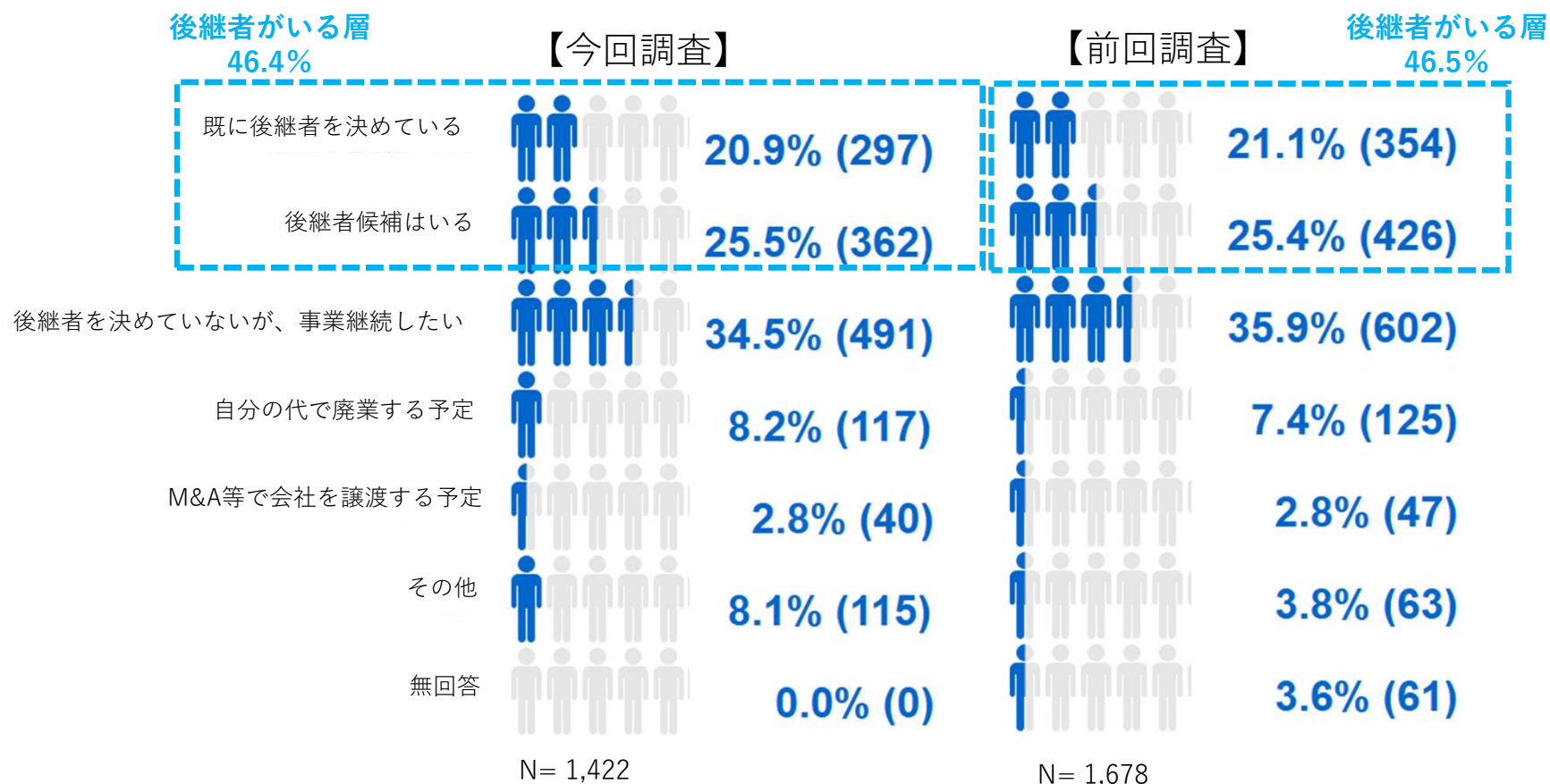
- IT化を進めたい分野は「間接部門」が最多（約3割）であり、人材不足対応として定型業務の省力化が優先されている。また、「どこから着手すべきかわからない」とする企業も2割弱存在し、IT投資と人材戦略・経営成果を結び付けた構想が描けていない傾向がうかがえる。

## 2. 経営課題

### ④事業承継

Q19：事業承継の予定・意向について、あてはまるものを1つお選びください。

- 「後継者を決めていないが、事業継続したい」が34.5%と最多。「後継者候補がいる（25.5%）」「既に後継者を決めている（20.9%）」「M&Aで会社を譲渡する予定（2.8%）」を含めると、**事業継続の志向を持つ経営者が8割強**を占める。一方、廃業予定の企業は8.2%存在した。いずれの項目も、前回調査と同水準の結果となった。
- 後継者の有無は、「候補がいる」を含めると5割弱（46.4%）の企業が候補者の目途が立っている。一方で、**34.5%が後継者を決めていない**と回答した。



Q19：事業承継の予定・意向について、あてはまるものを1つお選びください。

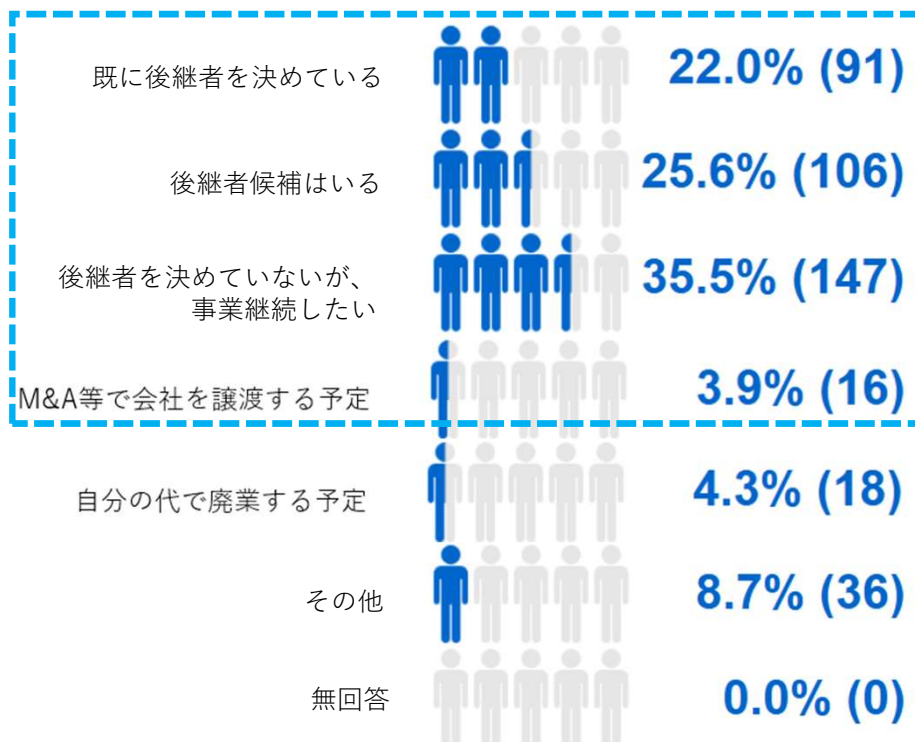
Q10：今後3～5年先の貴社の事業展望について、あてはまるものを1つお選びください。

- 自社の短中期（3～5年）の事業展望別に事業承継の意向をみると、「**拡大見込み**」企業の9割弱（87.0%）は事業承継を行う意向となる一方、「**縮小見込み**」企業は77.1%と約10ポイント下回る。また、廃業予定は、「**事業縮小見込み**」企業が17.8%と突出して高く、**短中期の事業展望が事業承継の意向に関係**していると考えられる。
- 「M&A等で会社を譲渡する予定」の企業は、「縮小見込み」4.2%、「拡大見込み」3.9%、「現状維持」1.9%となっている。割合自体は大きくないものの、廃業だけでなく**第三者への承継も一定の選択肢**となっていることが分かる。

## 事業承継意向あり

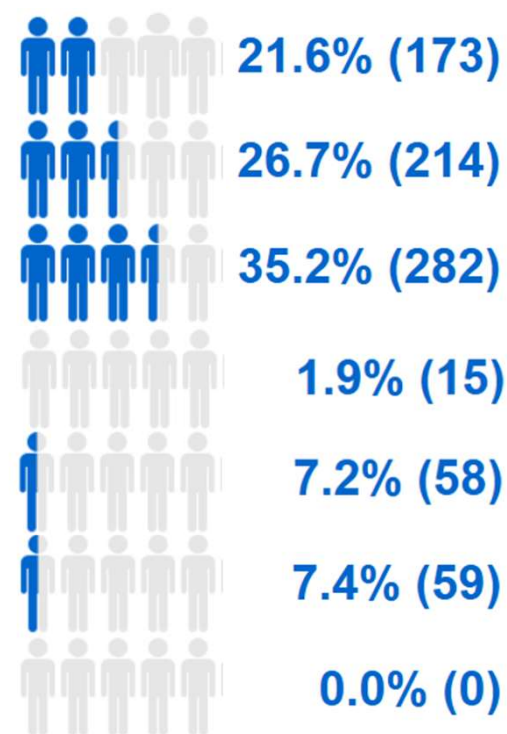
87.0%

【事業展望/拡大見込み】



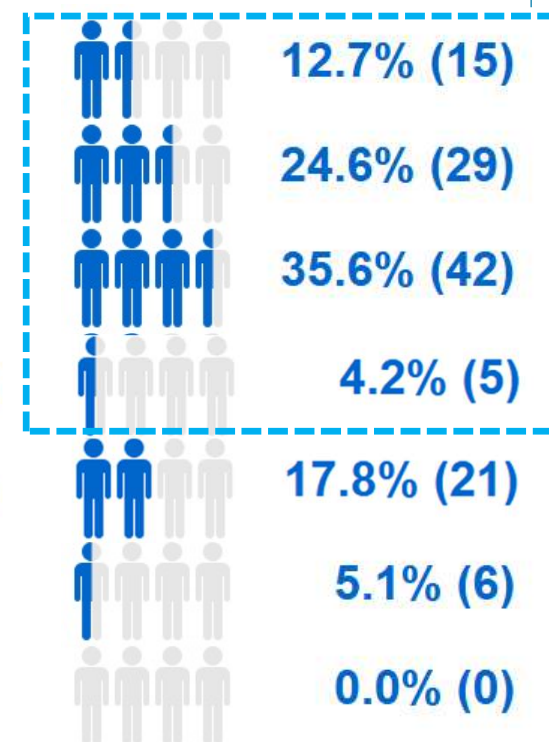
N = 414

【事業展望/現状維持】



N = 801

【事業展望/縮小見込み】

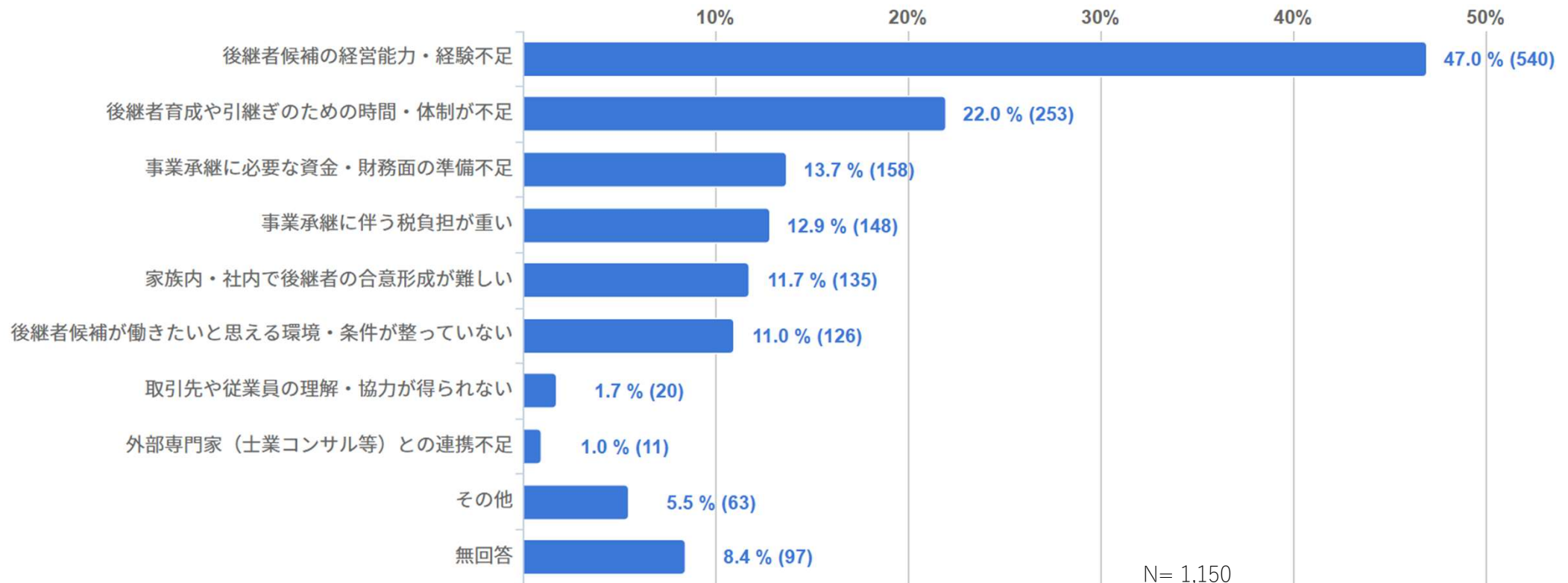


N = 118

事業承継意向あり  
77.1%

Q20：「既に後継者を決めている」「後継者候補はいる」「後継者を決めていないが、事業継続したい」のいずれかをお答えの方にお伺いします。事業承継を行う上での課題について、あてはまるものをすべてお選びください。

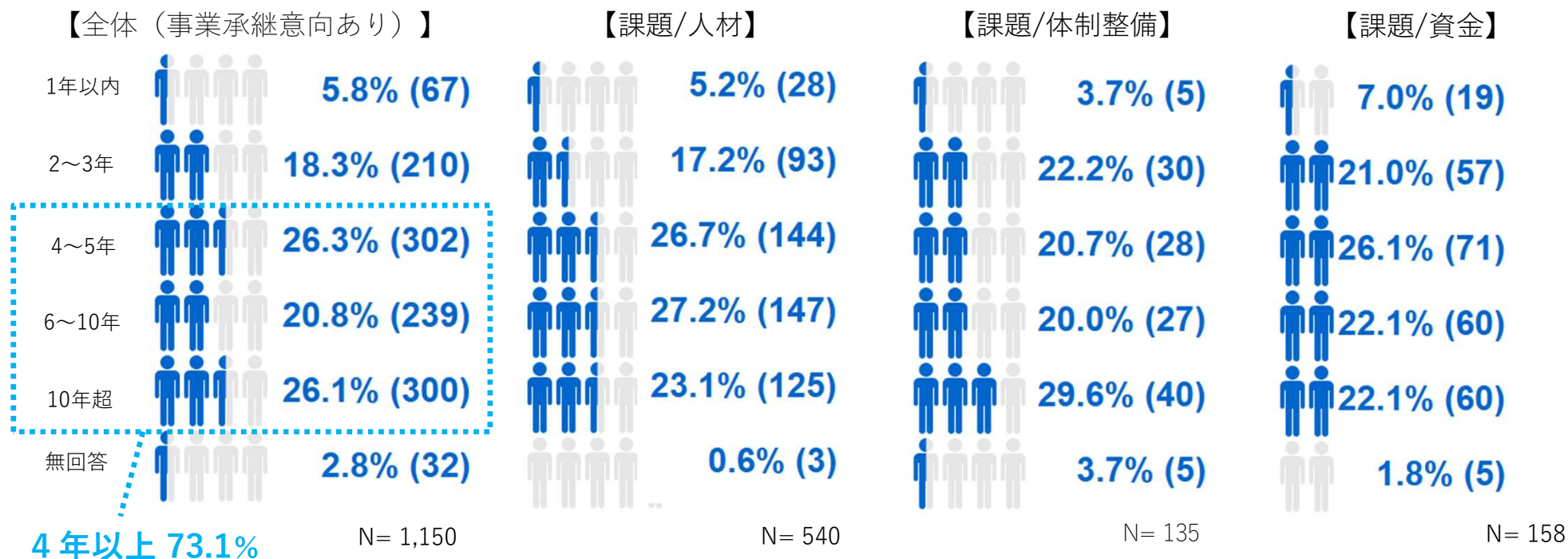
- 事業承継の課題は、「後継者候補の経営能力・経験不足（47.0%）」と、短期解決が難しく、先送りされやすい「**人材（後継者の質）**」に関する課題が最多を占めた。
- 2番目に、「後継者育成や引継ぎのための時間・体制が不足（22.0%）」と、時間不足と進め方がわからないといった「**体制整備**」に起因すると考えられる課題が続いた。
- 3・4番目には、「**金銭面**」の課題となる「資金や財務面の準備不足(13.7%)」「税負担が重い（12.9%）」が続いた。人材・体制面よりも優先順位が低い課題として認識されていることがわかる。
- 自由回答として、「候補がいない」「候補者がまだ若い」「事業承継したばかり」などが挙げられた。



# 事業承継に必要な期間：事業承継の課題別

Q21：「既に後継者を決めている」「後継者候補はいる」「後継者を決めていないが、事業継続したい」のいずれかをお答えの方にお伺いします。後継者へ事業承継を行う場合、どれぐらいの期間が必要だと考えていますか。あてはまるものを1つお選びください。

- 事業承継に必要な期間は、「1年以内」が5.8%にとどまる一方、「4年以上」を見込む企業が73.1%となっており、**承継は短期では完了しにくい中長期課題として認識**されている。
- 自社の現状の課題別にみると、**課題が「人材（後継者候補の経営能力・経験不足）」**の場合は、「6～10年（27.2%）」が3割近くと最多で、**承継に必要な期間を長めに見積もる傾向**がみられる。
- 課題が「体制整備」**の場合は、「10年超（29.6%）」が最多で、「2～3年（22.2%）」「4～5年（20.7%）」「6～10年（20.0%）」が約2割と分散し、**体制整備の進め方や到達時期に対する見方が企業によって分かれています。**
- 課題が「資金」**の場合は、「1年以内（7.0%）」「2～3年（21.0%）」と比較的短めの期間を見込む企業が多く、**資金・税務面の課題の比率が相対的に低かったことから、外部専門家等の活用で対応可能な二次的課題と捉えている**と思われる。



## ポイント① | 事業承継の「意思」は強いが、「準備」は道半ば

- 事業継続の意向を持つ企業は8割強と多数を占める中で、「後継者を決めていないが継続したい」企業が3割超存在する。
- 承継の意思は明確であるものの、後継者や体制の具体化が進まず、準備不足の状態にとどまっている企業が多い。

## ポイント② | 事業展望が承継意向を左右し、「縮小見込み企業」で廃業リスクが顕在化

- 拡大見込み企業では事業承継の意向が高い一方、縮小見込み企業では廃業予定が2割近くと高水準。
- 事業承継は単独の課題ではなく、事業の将来性と強く連動しており、事業展望の乏しさが承継断念につながっている。

## ポイント③ | 最大の課題は「後継者の質」と「育成プロセス」

- 事業承継の最大の課題は「後継者候補の経営能力・経験不足」で、「後継者育成や引継ぎのための時間・体制の不足」が続く。
- 「資金・税負担」といった金銭面の課題は低位にある。

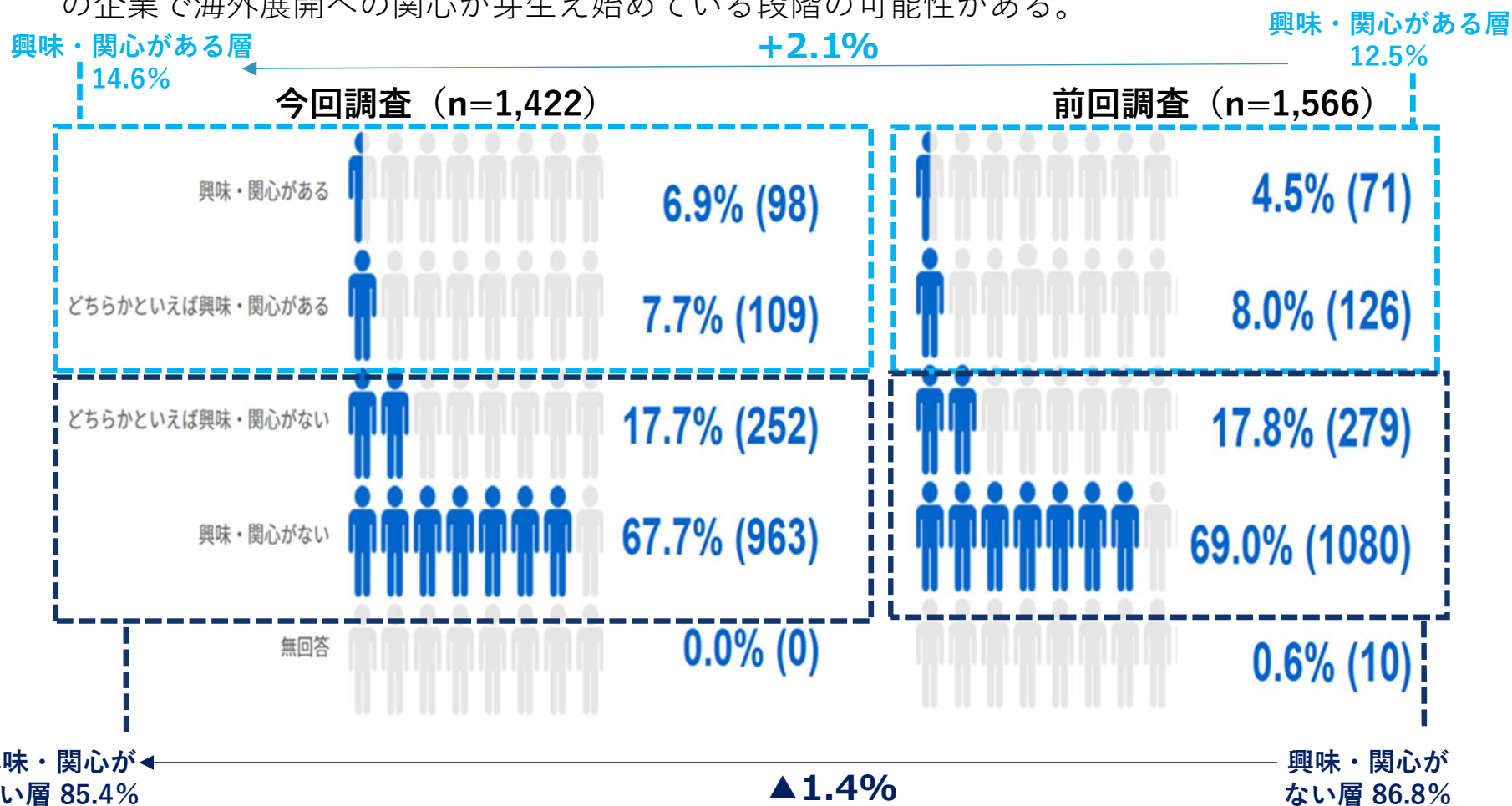
## ポイント④ | 事業承継は「数年がかりの経営プロジェクト」として認識

- 事業承継に必要な期間は「4年以上」とする企業が7割超を占め、短期で完了すると考える企業は少数である。
- 特に「後継者の質」を課題とする企業では、6～10年と長期を想定する傾向が強く、承継は時間を要する経営プロジェクトと捉えられている。

## 3. 海外進出

Q22：貴社は、海外への進出に興味・関心がありますか。あてはまるものを1つお選びください。

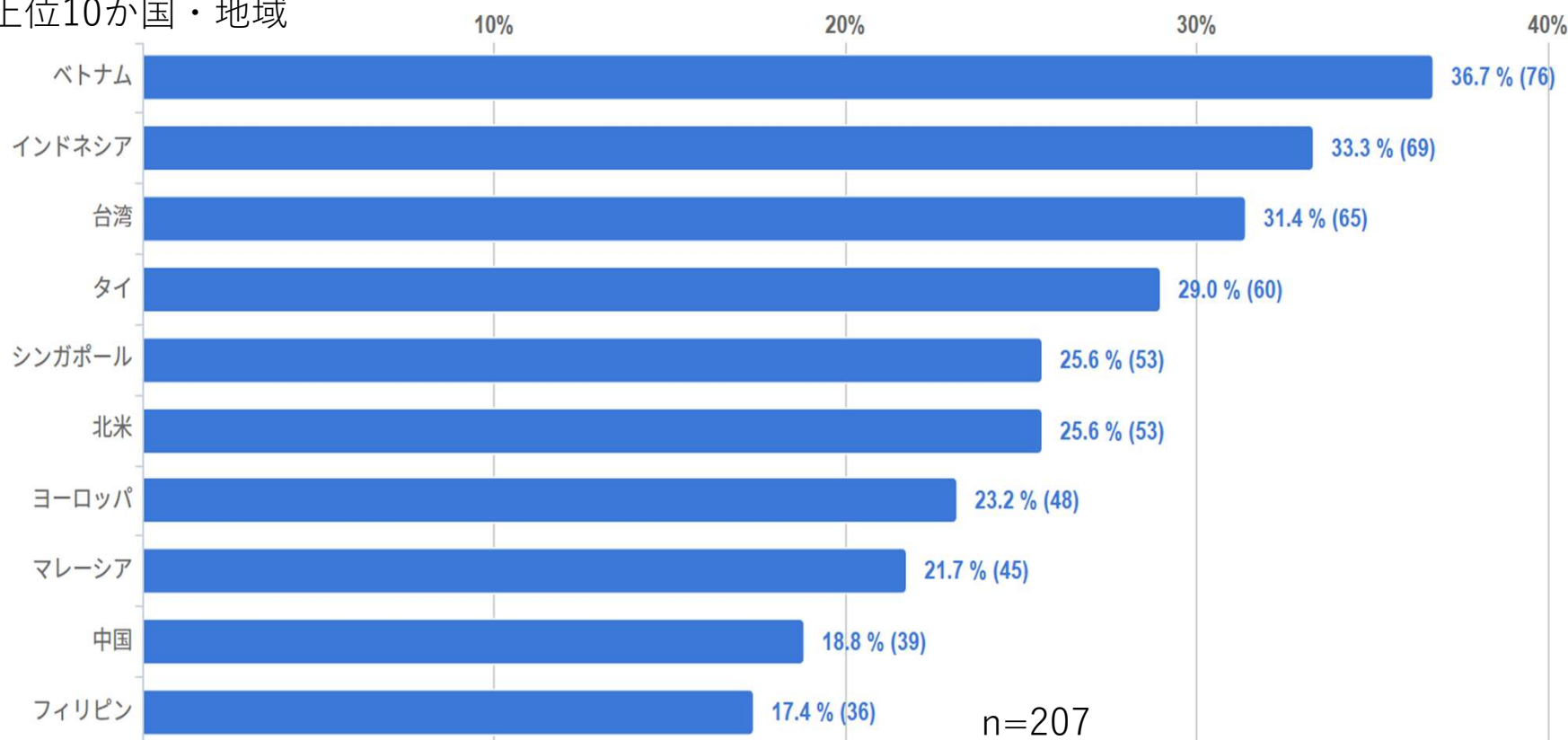
- 海外進出に「興味・関心がある」層は14.6%で、前回調査（12.5%）から2.1ポイント上昇した。依然として少数派ではあるものの、**海外展開を選択肢として意識する企業が相対的に増加している**。
- 一方で、「興味・関心がない」層は依然として85.4%と大勢を占めており、多くの企業にとって海外進出は**依然として現実的な経営課題としては優先度が低い**状況にある。
- 全体としては、国内市場を前提とした事業運営が基本でありつつも、外部環境の変化を背景に、一部の企業で海外展開への関心が芽生え始めている段階の可能性はある。



Q23：「興味・関心がある」「どちらかといえば興味・関心がある」とお答えの方にお伺いします。  
具体的にどの国・地域に興味・関心がありますか。あてはまるものをすべてお選びください。

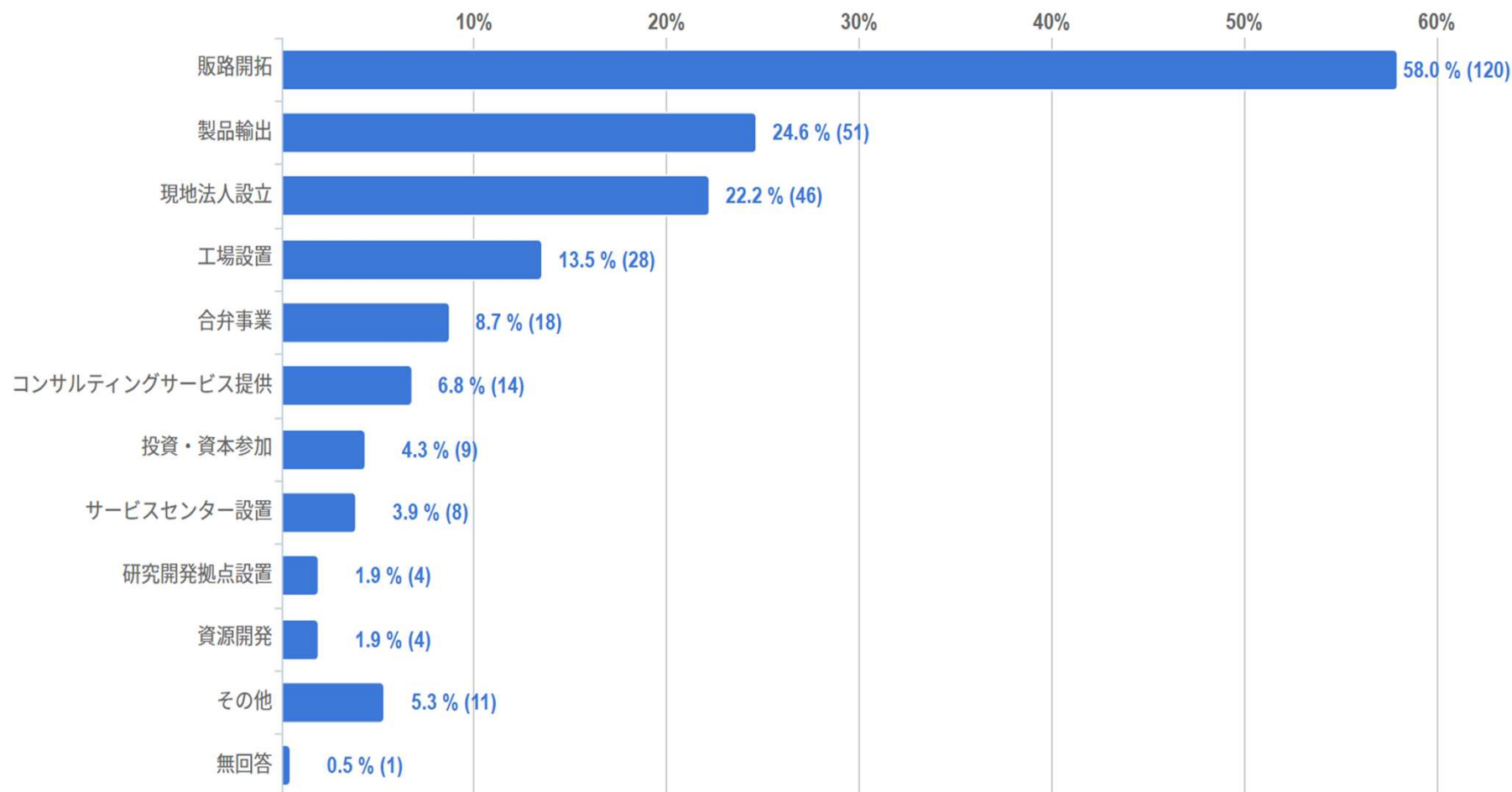
- 海外進出に関心を持つ企業が注目する国・地域は、ベトナム（36.7%）、インドネシア（33.3%）、台湾（31.4%）、タイ（29.0%）と、ASEANおよび東アジアが上位を占めている。いずれも**市場成長性・規模に加え、日本企業の進出実績が蓄積されており、情報や人的ネットワークを活用しやすい点**が支持されていると考えられる。
- 北米（25.6%）、ヨーロッパ（23.2%）も一定の関心を集める一方、中国は18.8%にとどまり、地政学リスクや事業環境の不透明感を慎重に見極める姿勢が見られる。
- 全体として、**高成長で比較的风险をコントロールしやすい地域を志向する傾向**がうかがえる。

上位10か国・地域



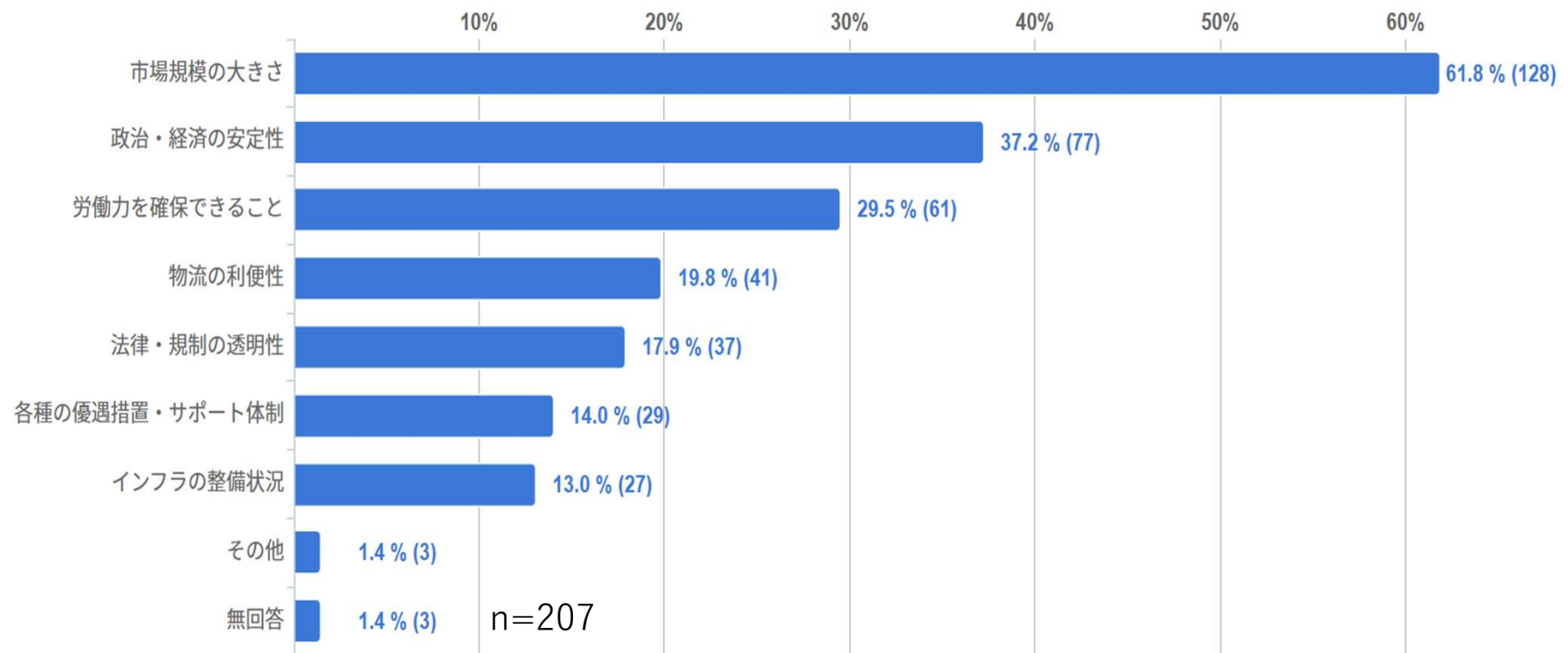
Q24：「興味・関心がある」「どちらかといえば興味・関心がある」とお答えの方にお伺いします。では、どのようなビジネスに興味・関心がありますか。主なものを3つまでお選びください。

- 海外進出において関心が高いビジネス分野を見ると、上位には「販路開拓」（58.0%）「製品輸出」（24.6%）など、**国内で確立した事業モデルを比較的活かしやすい分野**が並んでいる。
- 一方、「工場設置」（13.5%）や「合併事業」（8.7%）は回答割合が相対的に低く、限られた経営資源の中で、まずは初期投資を抑制しつつ販路開拓や輸出を通じて**海外市場の需要を見極め**、リスクを考慮の上で段階的に判断を進めようとする**現実的な経営判断**が反映されていると考えられる。



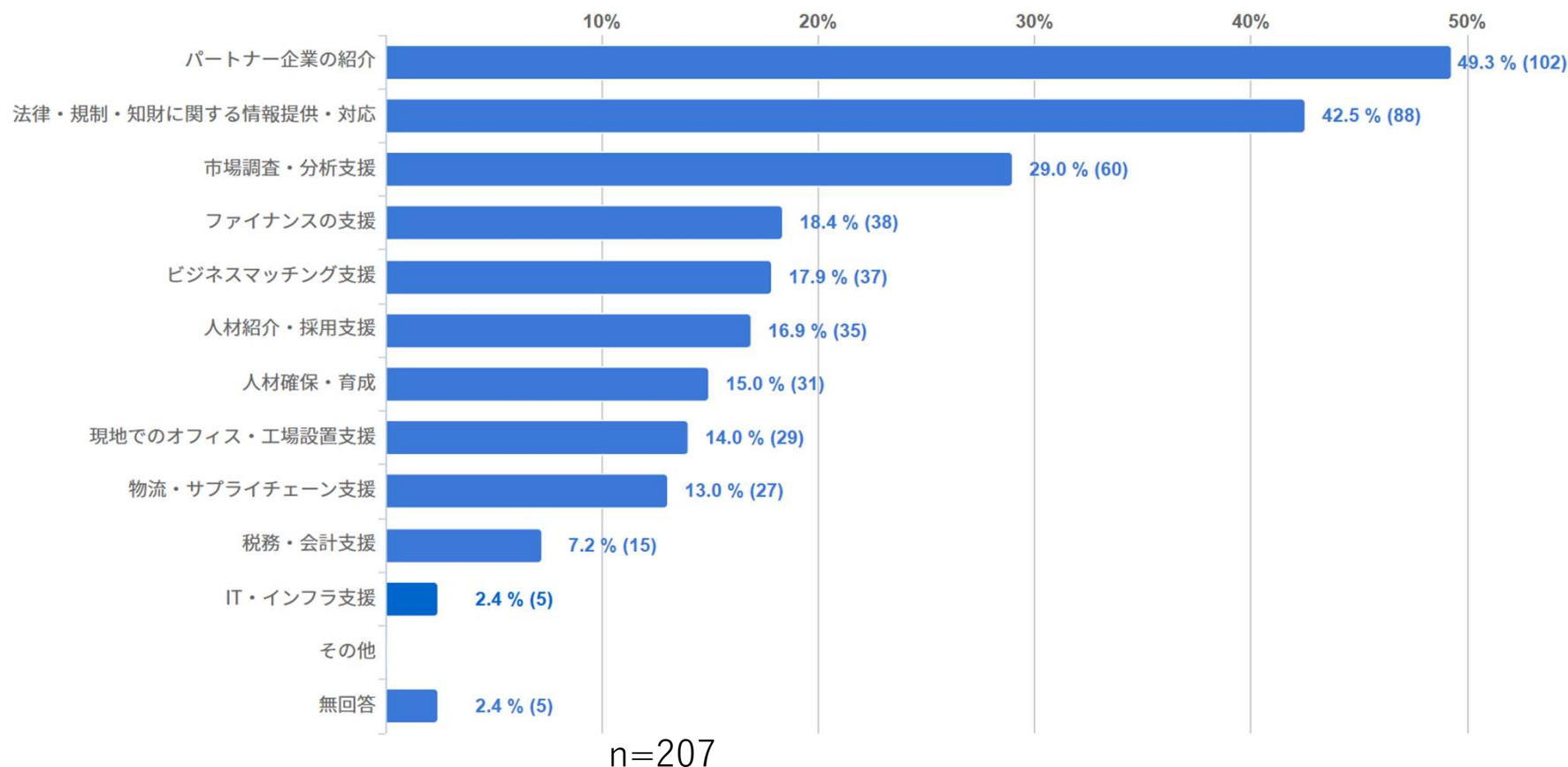
Q25：「興味・関心がある」「どちらかといえば興味・関心がある」とお答えの方にお伺いします。  
貴社が海外進出を検討する際に、重要な要素を3つまでお選びください。

- 海外進出を検討する際の重要な要素としては、「**市場規模の大きさ**」が**61.8%**で突出しており、進出先における需要規模を重視する企業が多いことが確認できる。
- 2番目が、「**政治・経済の安定性**」（37.2%）となっており、企業は**制度変更や情勢不安による事業リスクも強く意識**していることがうかがえる
- 3番目以下には「**労働力を確保できること（29.5%）**」「**物流の利便性（19.8%）**」が続いており、**進出後に事業を安定的に運営できるかという実務面**を重視する意識が確認できる。



Q26：「興味・関心がある」「どちらかといえば興味・関心がある」とお答えの方にお伺いします。海外におけるビジネス展開に際して、どのような支援があれば有益と感じますか。主なものを3つまでお選びください。

- 海外展開に有益な支援については、「パートナー企業の紹介」が49.3%と最も高く、「法律・規制・知財に関する情報提供・対応」（42.5%）、「市場調査・分析支援」（29.0%）が続く。**海外進出初期段階では、事業成立の見通しを立てるための情報・関係性支援が求められている**ことが分かる。



## ポイント① | 海外進出に関心・興味がある層は微増

- 海外進出に「興味・関心がある」企業は前回から2.1ポイント上昇したが、全体としては14.6%と少数派。多くの企業は、国内の経営課題を優先している状況がうかがえる。

## ポイント② | 進出先は高成長×情報入手しやすい地域に集中

- 関心の高い進出先はベトナム、インドネシア、台湾、タイなど、成長性と日系企業の進出実績を兼ね備えた地域が中心である。成長率や市場規模、情報・支援にアクセスしやすい地域を優先する現実的な判断が優先されている。

## ポイント③ | 海外展開は「販路開拓・輸出」からの段階的アプローチ

- 関心のあるビジネス分野は「販路開拓」「製品輸出」が中心で、国内で確立した事業モデルを活かす形が主流となっている。
- 工場設置や合併事業といった投資負担の大きい形態は相対的に低く、初期投資を抑えながら市場性を見極めようとする慎重な姿勢がみられる。

## ポイント④ | 重視点は「市場規模」と「事業リスク」

- 進出判断では「市場規模」が突出する一方、「政治・経済の安定性」「労働力確保」など事業リスクに関わる要素も重視されている。成長期待のみならず、事業が安定的に成立するかを多面的に見極めようとする慎重な経営判断が反映されている。

## ポイント⑤ | 求められる支援は資金より「関係性と情報」

- 有益と感じる支援は「パートナー紹介」「法規制・知財対応」「市場調査」が上位で、資金支援は相対的に低い。信頼できる相談先や情報整理を担う第三者の存在が求められている。

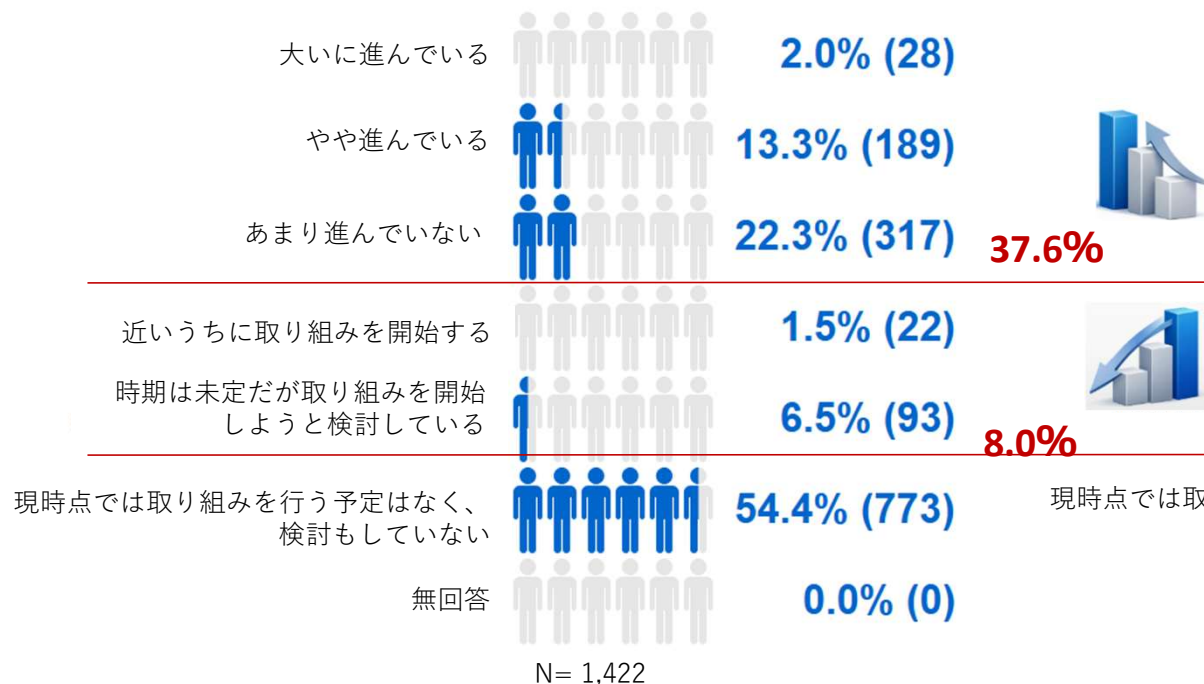
## 4. サステナビリティ

### ①脱炭素

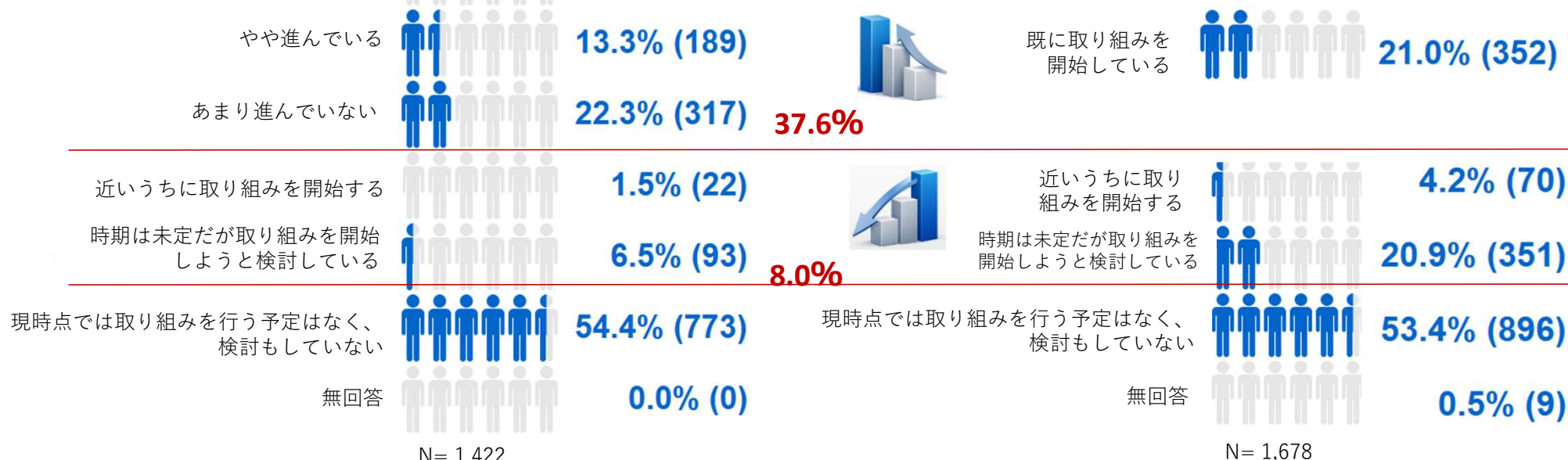
Q27：貴社の「脱炭素」に対する取り組みについて、現在の取り組み状況を1つお選びください。

- 脱炭素に対する取り組み状況については、**37.6%の企業がすでに取り組みを開始**しており、8.0%が取り組みを検討中または開始前となっている。一方で、**54.4%の企業は取り組む予定がない**と回答している。全体として、脱炭素に取り組む企業と取り組まない企業の割合は、概ね拮抗している状況にある。
- 前回調査との比較では、取り組みを開始した企業が16.6ポイント増加した一方で、取り組みを検討中または開始前の企業は17.1ポイント減少している。また、取り組み予定がないとする企業はわずかに増加しており、**脱炭素に取り組む企業は、検討段階から実施段階へ移行**していると考えられる。
- ただし、取り組みを開始している企業の中でも、「あまり進んでいない」と回答した企業が全体の約2割（取り組み企業の中では半数以上）を占めている。脱炭素に関して**次の一步をどう踏み出すか模索**している状況がうかがえる。

## 【今回調査】



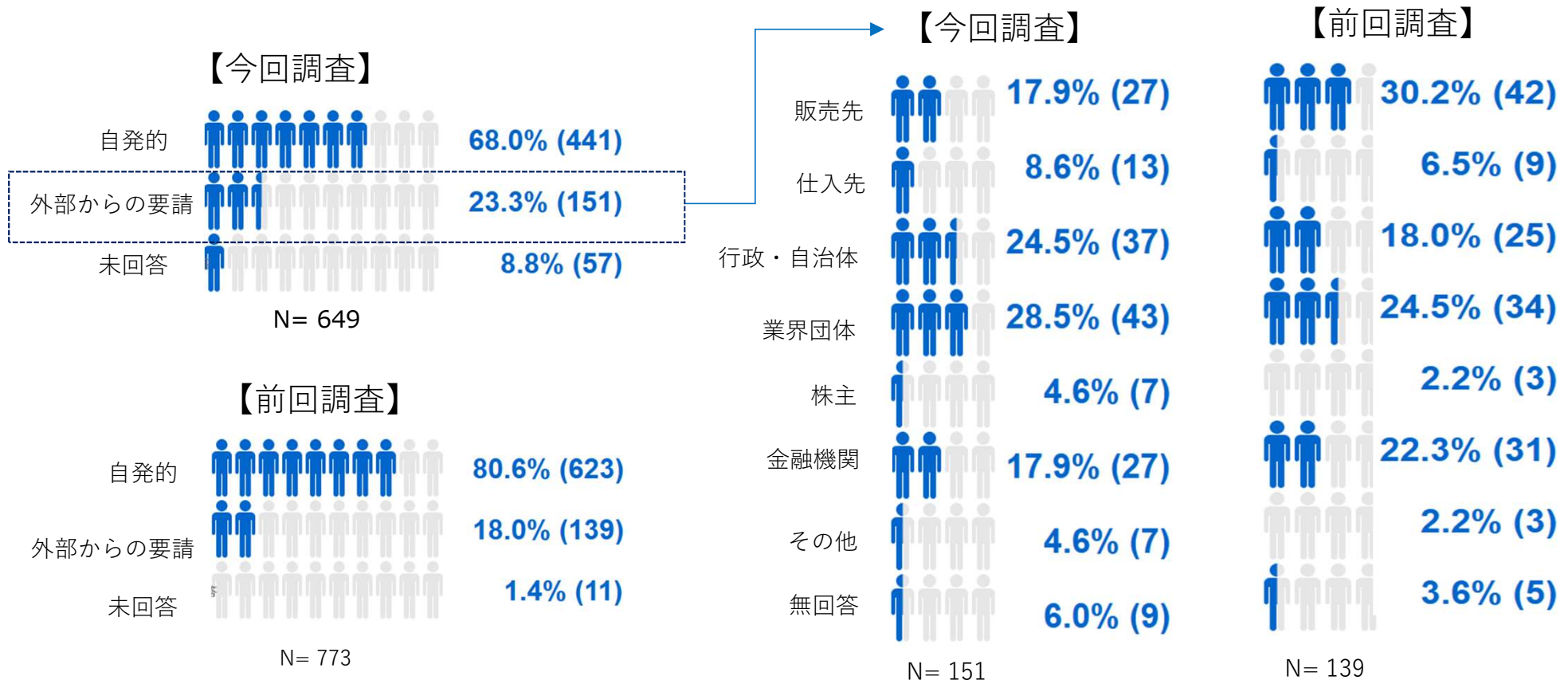
## 【前回調査】



Q28：取り組みを始めた（取り組みを予定・検討している）契機として、あてはまるものを1つお選びください。

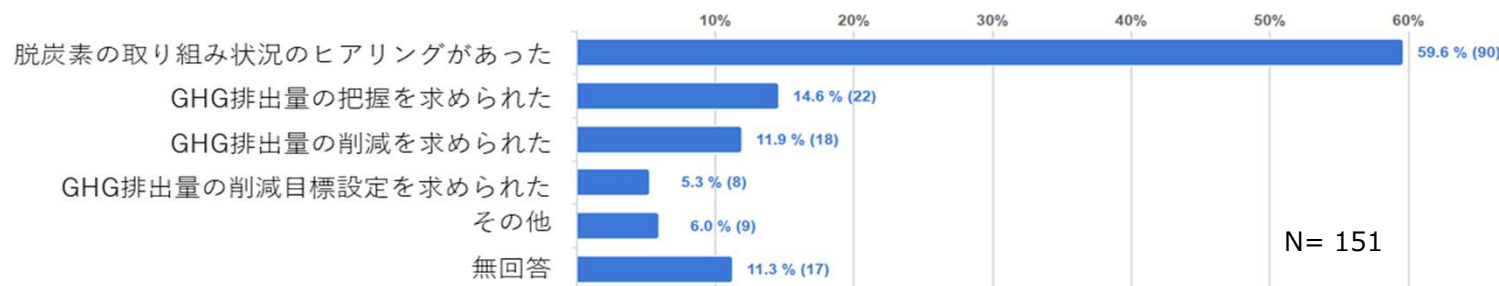
Q29：「外部関係者からの要請を受けて取り組んでいる（取り組みを予定・検討している）」とお答えの方にお伺いします。どのような外部関係者から要請がきていますか。

- 脱炭素に取り組んでいる企業の7割弱（68.0%）は、自社の判断で自主的に取り組みを開始している。一方、外部からの要請をきっかけにした企業は約2割（23.3%）にとどまり、**取り組み開始の主因は「自主判断」となっている。**
- 外部要請の主な内容は、業界団体（28.5%）や行政・自治体（24.5%）からの働きかけが中心で、販売先や金融機関からの要請も一定数存在している。**公的・準公的主体が“初期の後押し役”として機能している**と推察される。
- 前回調査と比べると、外部からの要請は5.3ポイント増加しており、とくに**行政・自治体、業界団体による後押しが強まっている**ことがうかがえる。



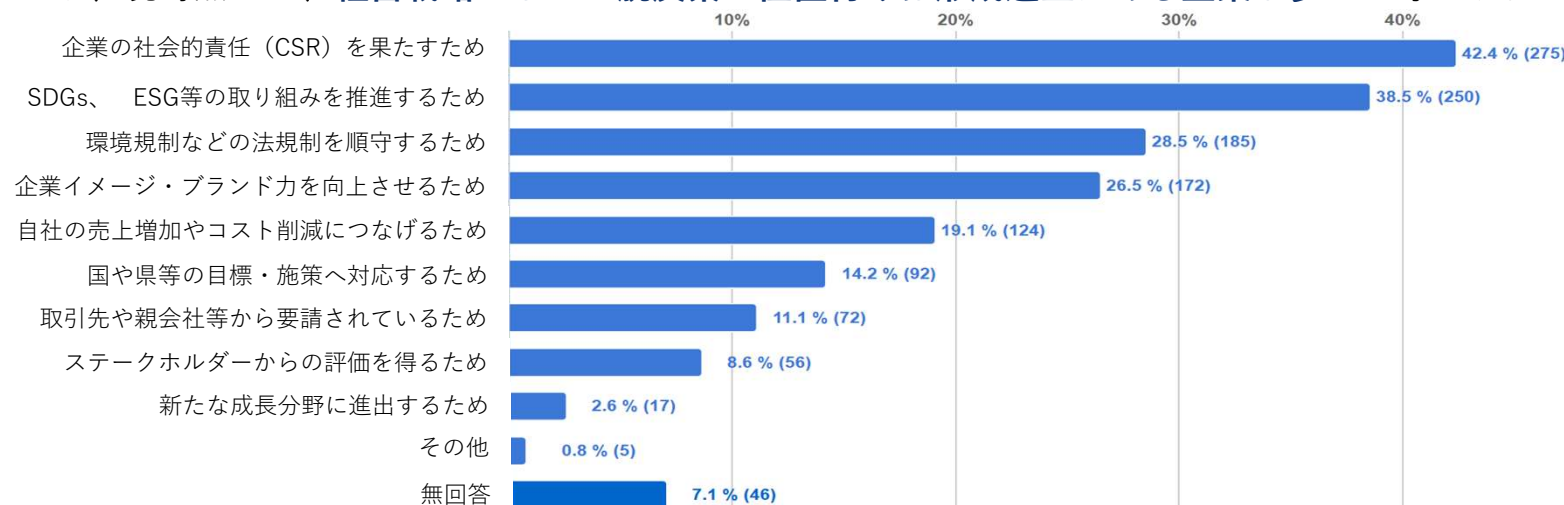
Q30：外部関係者からの要請内容としてあてはまるものをすべてお選びください。

- 具体的な要請は「**取り組み状況ヒアリング (59.6%)**」が突出している。
- 直ちに排出削減を求められる段階にないものの、GHG排出量把握など定量的・実務的要請も一定数みられる。



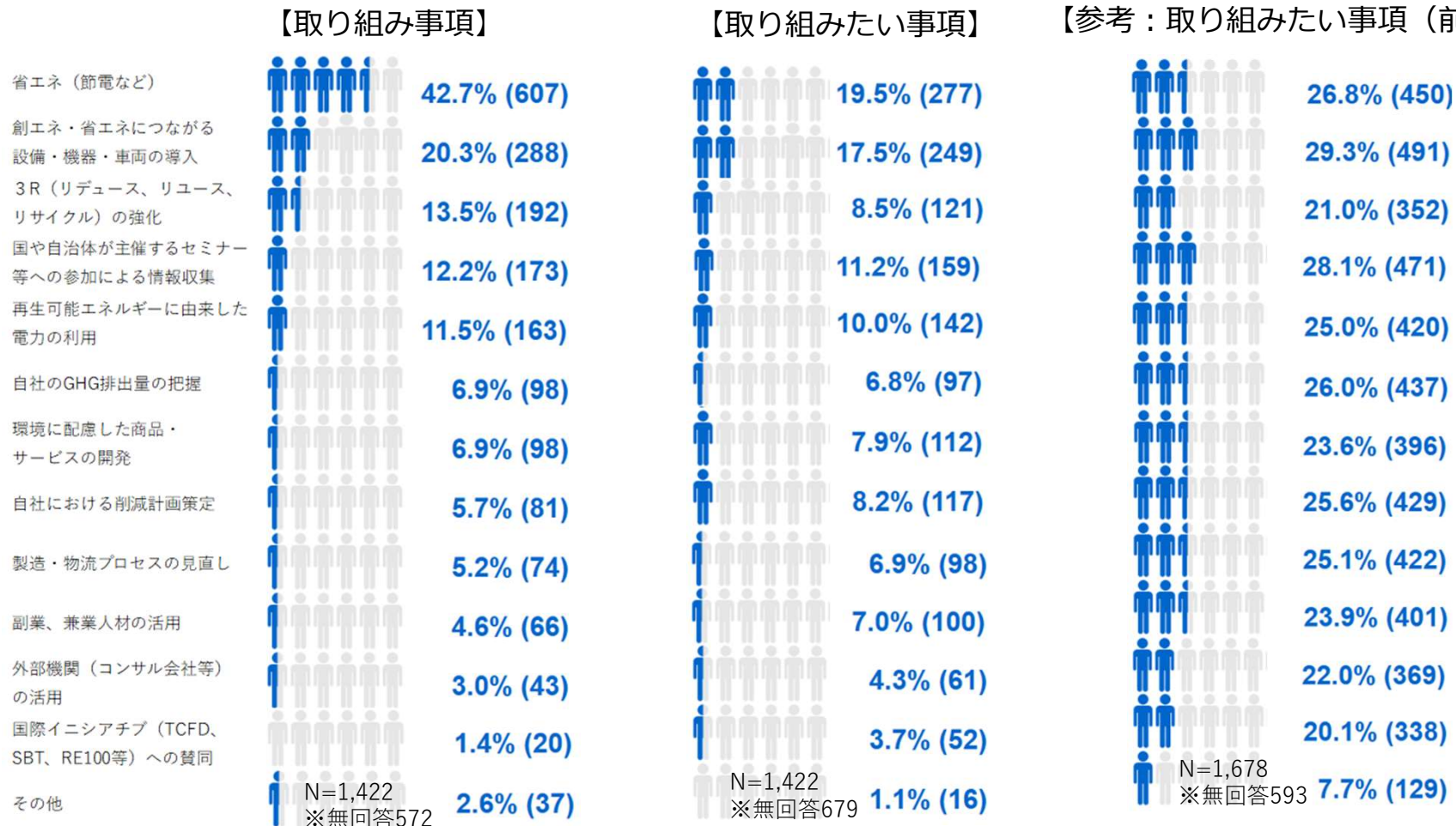
Q31：「大いに進んでいる」「やや進んでいる」「あまり進んでいない」「近いうちに取り組みを開始する」「時期は未定だが取り組みを開始しようと検討している」とお答えの方にお伺いします。脱炭素を取り組む動機について、あてはまるものをすべてお選びください。

- 脱炭素への取り組み動機は、「CSR (42.4%)」が最多で、「SDGs・ESG推進 (38.5%)」、「法令順守 (28.5%)」など、**社会的責任や制度対応に関する項目が上位**を占めている。
- 一方で、「売上増加・コスト削減」や「新たな成長分野進出」といった事業成長に直結する動機は限定的であることから、現時点では、**経営戦略としての脱炭素の位置付けは形成途上にある企業が多い**と考えられる。



Q32：脱炭素に向けての取り組み内容について、項目ごとにあてはまるものをすべてお選びください。  
「今後取り組みたい」項目は、現在「取り組んでいる」もの以外からお選びください。

- 現在取り組んでいる脱炭素施策では、省エネ（42.7%）が最も多く、次いで設備導入（20.3%）、3R（13.5%）、セミナー等への参加による情報収集（12.2%）が続いており、**現在の取り組みは「省エネ」が突出している。**
- 今後取り組みたい施策についても、省エネ（19.5%）が最多**で、設備導入（17.5%）、情報収集（11.2%）、再生可能エネルギー利用（10.0%）が上位に挙げられている。
- これらの結果から、**企業は比較的取り組みやすい省エネ施策を中心に実施・検討**しており、再エネ利用など**中長期的な対応は今後の検討段階にある**ことがうかがえる。

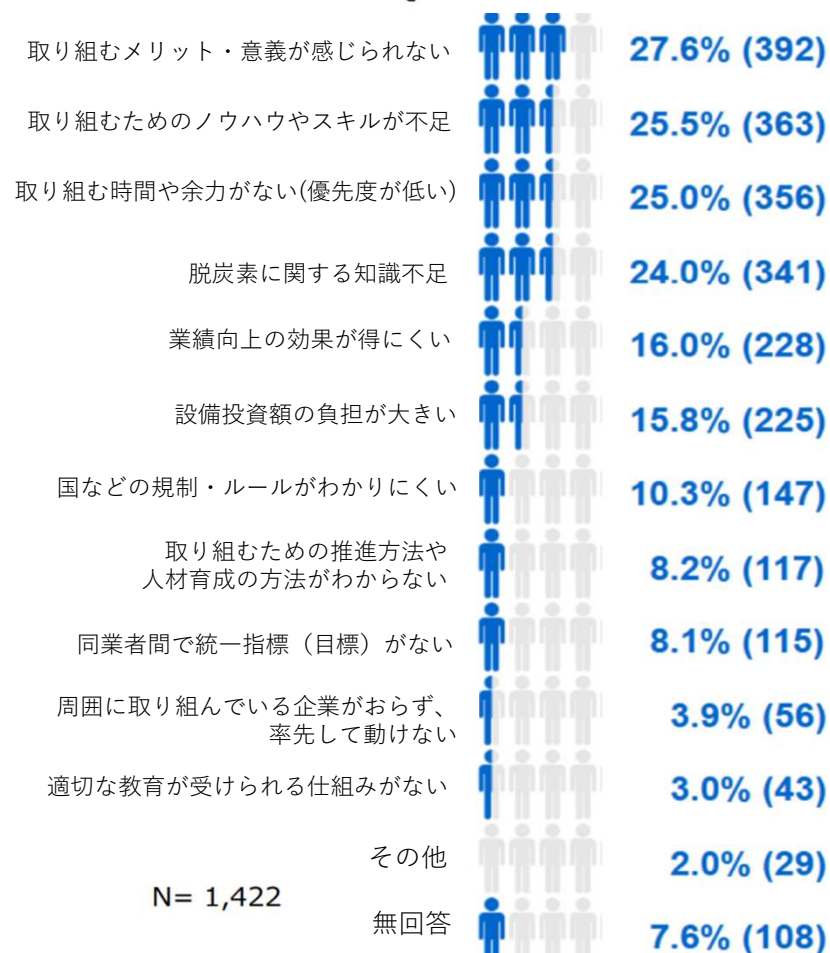


Q33(a)：脱炭素を取り組む上での課題について、あてはまるものをすべてお選びください。

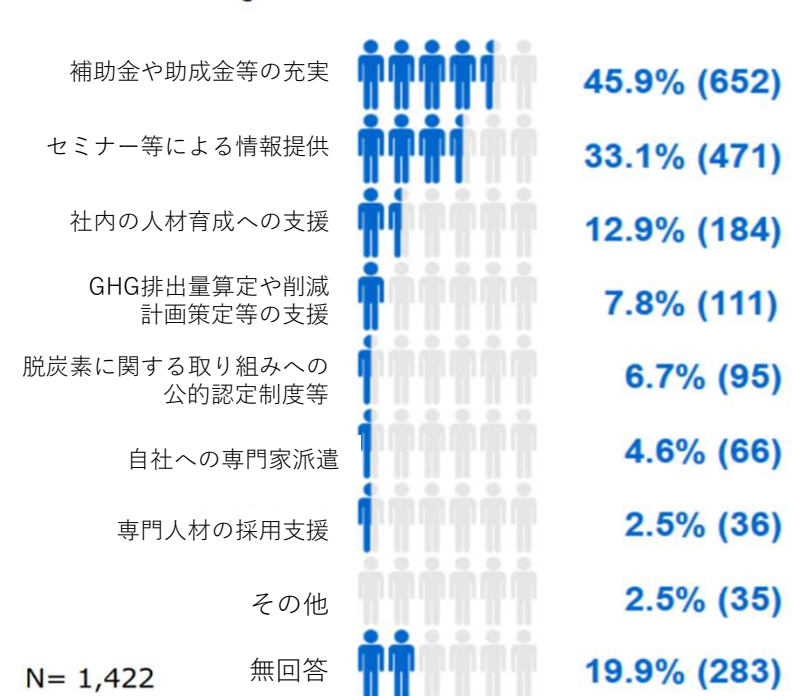
Q34(b)：脱炭素を取り組む上で有効と思う（受けたい、活用したい等）支援策について、あてはまるものを3つまでお選びください。

- 脱炭素の取り組みについて、認識はある一方、経営へのメリットが見えにくく、「具体的な進め方が分からない」「優先度が低い」と感じている企業が少なくない。
- まずは費用負担を抑えながら情報を整理し、現実的に進められる形での支援を求める状況がうかがえる。

Qa 【取り組み事項】

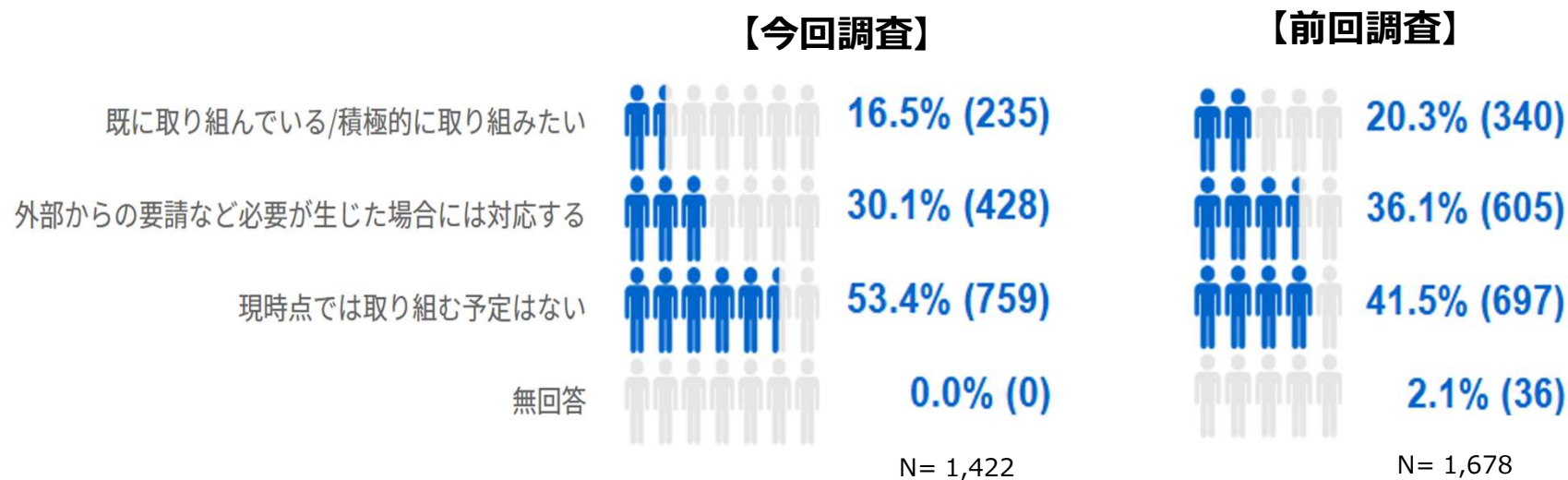


Qb 【受けたい支援策】



Q35：脱炭素に対する今後の取り組みスタンスについて、あてはまるものを1つお選びください。

- 脱炭素に関する今後の取り組みスタンスを見ると、今回調査では「現時点では取り組む予定はない」が**53.4%**と過半を占め、**前回（41.5%）から11.9ポイント上昇**している。一方、「外部からの要請など必要が生じた場合には対応する」は**30.1%**と、**前回（36.1%）から低下**し、「既に取り組んでいる／積極的に取り組みたい」も**16.5%**と、**前回（20.3%）を下回った**。
- これらの変化は、**脱炭素への関心や必要性認識が後退したというよりも、「メリットが見えにくい」「投資負担が重い」「判断材料が不足している」といった課題認識が、行動判断を慎重化させている結果と解釈できる**。このため今後は、企業の経営判断に資する情報や支援策が行動転換の鍵を握ると考えられる。



Q35：脱炭素に対する今後の取り組みスタンスについて、あてはまるものを1つお選びください。

Q36：「外部からの要請など必要が生じた場合には対応する」とお答えの方にお伺いします。どのような外部関係者からの要請であれば対応しようと思いませんか。

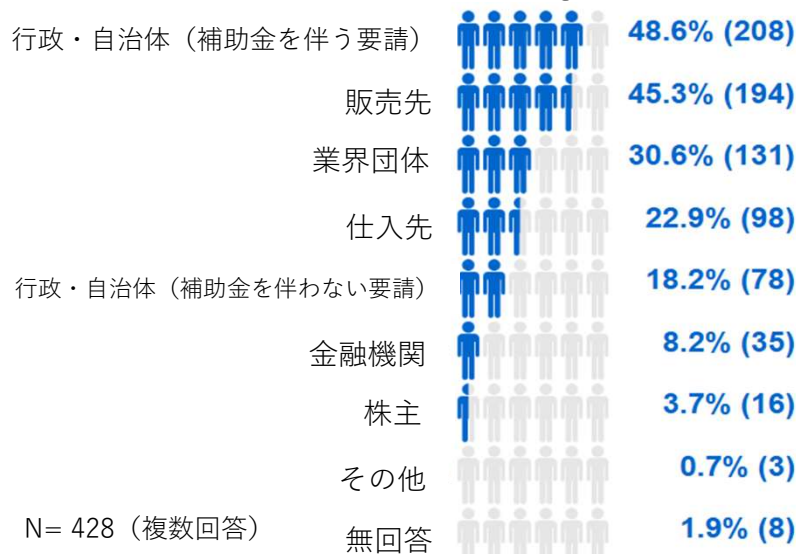
Q37：「現時点では取り組む予定はない」とお答えの方にお伺いします。そのように思われる理由について、あてはまるものをすべてお選びください。

- 外部要請への対応先は、行政・自治体（48.6%）、販売先（45.3%）、業界団体（30.6%）が中心であり、**公的機関および取引関係を通じた働きかけが、企業行動に一定の影響を持っている**と考えられる。
- また、取り組まない理由としては、「優先順位が低い」「何から着手すべきか分からない」「自社事業との関連性を見いだせない」「緊急性を感じない」といった回答が上位を占めており、**脱炭素の意義や具体的な取組内容が十分に浸透していない**実態が浮き彫りとなっている。

【今後の取り組みスタンス（Q35）】 N= 1,422



【対応する外部要請先（Q36）】

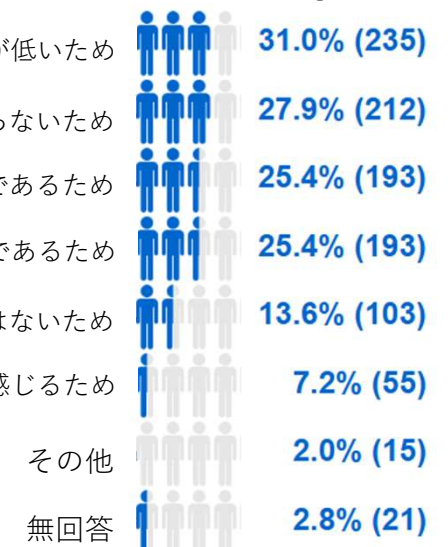


無回答

- 脱炭素は業容拡大・人材確保・物価高対策などよりも優先順位が低い
- 何から取り組めばいいのか分からない
- 自社の事業においては関係性がない話題である
- 外部からの要請もなく、緊急性は低い話題である
- 周囲の企業でも取り組んでいる様子はない
- 脱炭素に向けた世界的な気運が減退していると感じる

【取り組まない理由（Q37）】

N= 759（複数回答）



## ポイント① | 企業の脱炭素対応は進展しつつも「二極化」

- 脱炭素に取り組みを開始した企業は増加している一方、未着手企業が依然として過半を占めており、企業間で取り組み状況の二極化が進む。

## ポイント② | 「取り組み開始」から「実行・深化」への移行が最大の課題

- 取り組み企業の多くは、省エネなど初期的・着手しやすい対応に集中している。
- 外部からの要請内容も、取組状況のヒアリングが中心で、排出量の把握、削減計画の策定、継続的な実行といった実質的な脱炭素行動への移行は限定的といえる。
- 売上拡大や成長戦略と結び付けた動機は限定的であり、現時点では経営戦略としての位置付けは形成途上にある。
- 企業が抱える最大の課題は、「ノウハウ不足」や「余力不足」以前に、脱炭素のメリットや経営的意義を十分に感じられていない点にある。

## ポイント③ | 外部要請が企業行動を後押しする構造

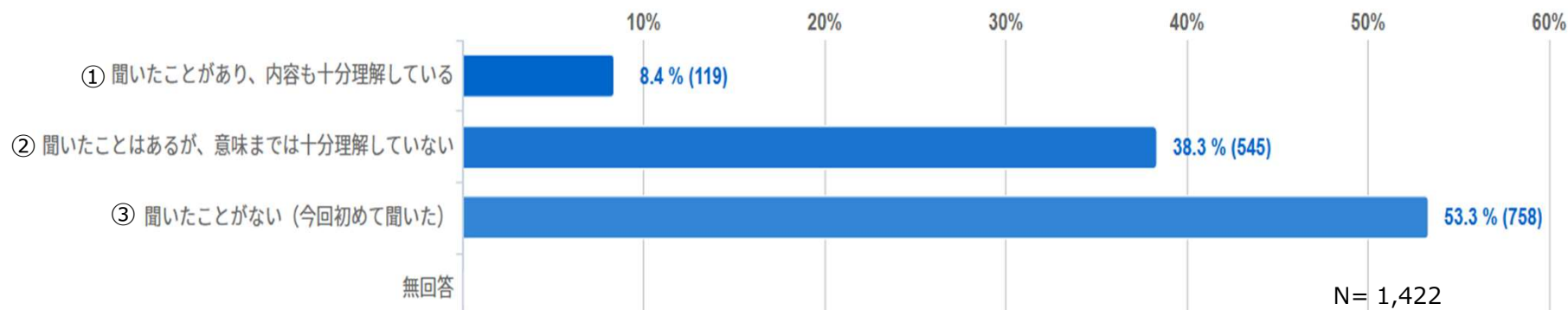
- 脱炭素への対応は自発的取組が主流であるものの、行政・自治体、業界団体、取引先からの要請が行動の決定要因となる企業も多い。
- 特に、「外部要請があれば対応する」潜在層が一定規模存在しており、外部からの働きかけが行動転換のスイッチとなる構造が確認できる。外部要請の内容はまだ限定的であるものの、方向性としては機能し始めている。

## 4. サステナビリティ

### ② 自然資本・生物多様性

Q38：「自然資本・生物多様性」という言葉に対する理解について、あてはまるものを1つお選びください。

- ・ 自然資本・生物多様性の内容まで十分に理解している企業は 8.4%と1割未満にとどまる。一方で、言葉は知っているが理解は十分でないとする企業が4割弱（38.3%）を占め、**言葉自体の認知は一定程度進んでいるものの、理解の深まりには課題**が残る。また、聞いたことがない企業も 5割超（53.3%）に及んでおり、**全体として認知・理解ははまだ低水準**にある。
- ・ 業種別にみると、化学、情報通信業、印刷、石油・石炭製品、食品・飲料、その他非製造業、プラスチック・ゴム製品では、言葉の認知が比較的に見られる。これらの業種は、原材料調達や製品・サービスを通じて自然環境との接点があることが、用語認知につながっている可能性がある。ただし、認知が必ずしも実践的な理解や取組に結びついているとは限らず、業種を問わず**概念理解の深化が今後の課題**といえる。

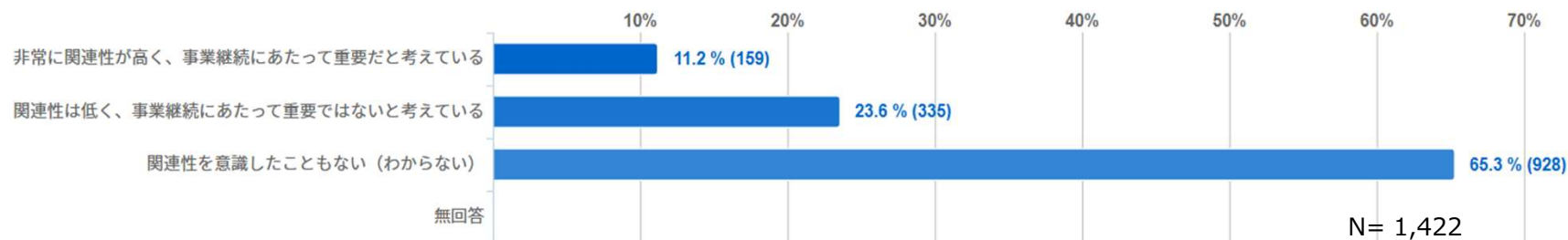


認知度が上位の業種「聞いたことがある (①+②) / 回答数 (①+②+③)」

業種	化学	情報通信	印刷	石油・石炭製品	食品・飲料	その他非製造業	プラスチック・ゴム製品
認知割合	100%	75%	62%	57%	55%	54%	53%
全回答数	6	12	13	14	78	26	15

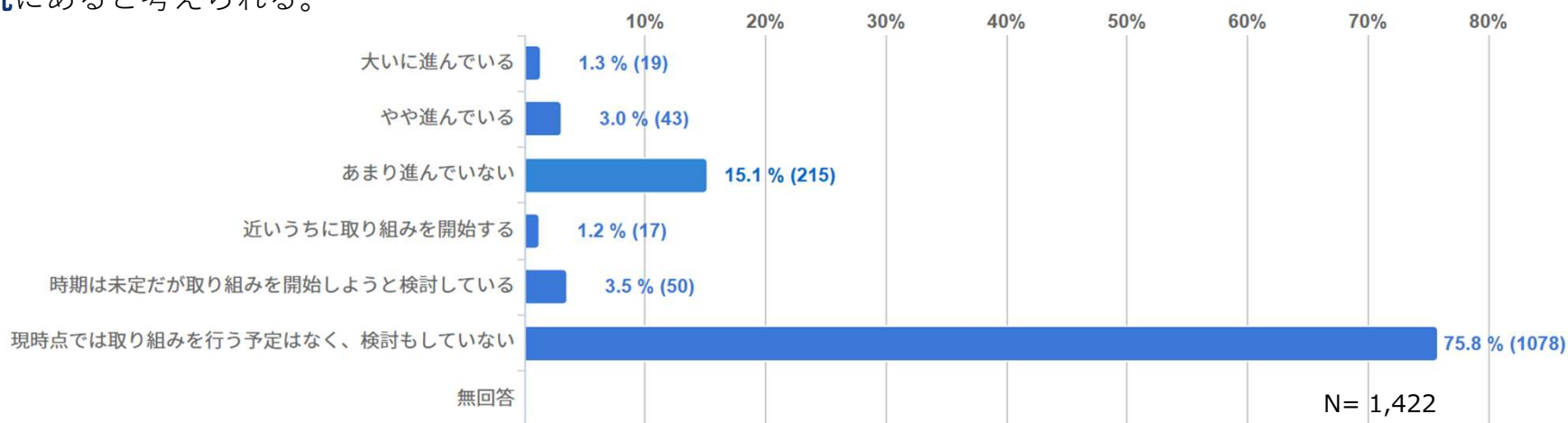
Q39：自然資本・生物多様性の保全と自社の事業との関連性について、あてはまるものを1つお選びください。

- 自然資本・生物多様性の保全と自社事業との関係性について、「非常に関連性が高く、事業継続において重要である」と認識している企業は11.2%にとどまっている。一方で、「関連性は低く、重要ではない」とする企業が23.6%、「これまで関連性を意識したことがない」と回答した企業が65.3%を占めており、多くの企業において、**自然資本・生物多様性と自社事業との関係性に関する認識が十分に形成されていないと推察される。**



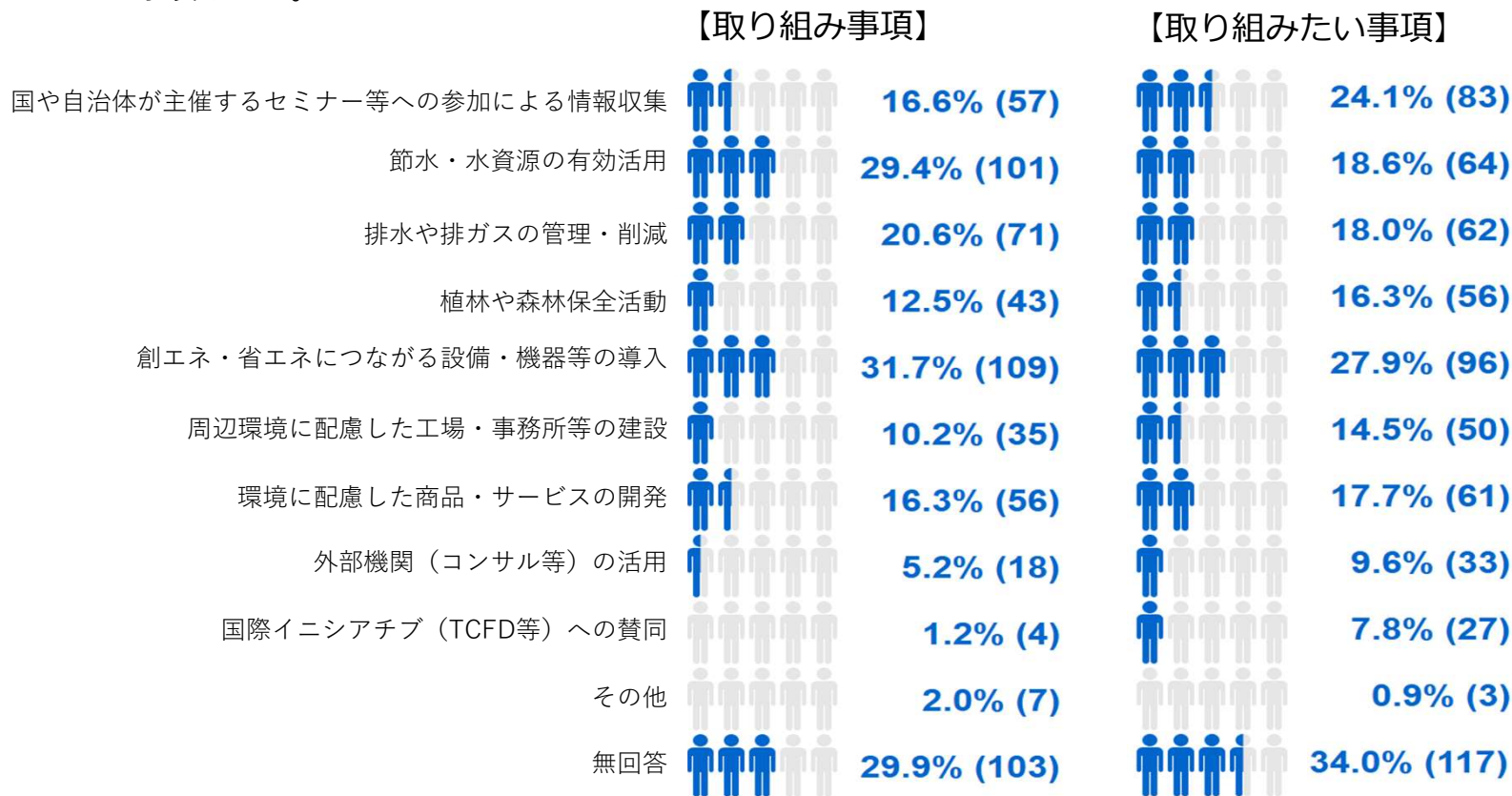
Q40：貴社の「自然資本・生物多様性」に対する取り組みについて、現在の取り組み状況を1つお選びください。

- 自然資本・生物多様性に対する取り組み状況については、「現時点では取り組む予定はなく、検討もしていない」と回答した企業が75.8%と、全体の約8割に達している。この結果から、**企業における自然資本・生物多様性への対応は、認識・理解の段階にとどまっている場合が多く、具体的な取り組みには至っていない企業が大半を占めている状況にあると考えられる。**



Q41：「自然資本・生物多様性」に関する取り組み内容について、項目ごとにあてはまるものをすべてお選びください。「今後取り組みたい」項目は、現在「取り組んでいる」もの以外からお選びください。

- 自然資本・生物多様性に関して、現在取り組んでいる内容として最も多いのは、「創エネ・省エネにつながる設備・機器等の導入（31.7%）」であり、「節水・水資源の有効活用（29.4%）」、「セミナー等への参加による情報収集（16.6%）」、「環境に配慮した商品・サービスの開発（16.3%）」が続いている。一方、「植林や森林保全活動」は12.5%にとどまっている。
- 今後取り組みたい事項についても、「創エネ・省エネにつながる設備・機器等の導入」が27.9%で最も多く、「セミナー等への参加による情報収集（24.1%）」、「節水・水資源の有効活用」（18.6%）、「排水・排ガスの管理・削減」（18.0%）が続く。「植林や森林保全活動」については16.3%と、現時点よりやや高い水準となっている。これらの結果から、**企業の取り組みは、事業活動に直接結びつく省エネや資源効率向上策が中心であり、生態系保全そのものを目的とした施策は限定的である**ことが示唆される。



N= 344

## ポイント① | 認知は限定的で、概念理解が進んでいない

- 自然資本・生物多様性の内容まで十分に理解している企業は1割未満にとどまる。
- 言葉自体を「聞いたことがない」企業が5割超を占め、認知・理解はいまだ低水準である。
- 業種によって一定の認知差は見られるものの、認知が実践的理解や取り組みに結び付いているとは言い難い。

## ポイント② | 自社事業との関連性が認識されていない

- 自然資本・生物多様性と自社事業の関連性を「重要」と捉えている企業は1割強にとどまる。
- 一方で、「これまで関連性を意識したことがない」とする企業が6割超を占めている。
- 多くの企業において、自然資本・生物多様性が事業継続や経営リスクと結び付けて認識されていない状況にある。

## ポイント③ | 取り組みは限定的で、既存の環境対応の延長線にある

- 自然資本・生物多様性に対し、現時点で取り組む予定がなく、検討もしていない企業が約8割と大多数を占めている。
- 取り組み内容も、創エネ・省エネ、節水、情報収集など、既存の環境配慮施策の延長にとどまる傾向が強い。
- 植林や生態系保全など、自然資本そのものを対象とした取り組みは限定的である。
- 総じて企業の対応は、初期的・間接的段階にとどまっている。

2026.4.30発行

- 本誌は、情報提供を目的に作成されたものであり、何らかの取引を誘引することを目的としたものではありません。
- ご利用に際しては、お客様ご自身の判断にてお取り扱いくださいますようお願いいたします。
- 本誌の内容を、当研究所の許可なく転載・複製等を行うことを禁止します。これらの許諾については当研究所までご連絡ください。 電話：083-268-1155 Eメール：office@miraiken.or.jp