

トランプ関税による影響 緊急アンケート調査結果

- <調査目的> 県内の自動車部品等メーカーを対象に、米国が検討・実施している輸入自動車および部品に対する高関税措置の影響および各社の対応状況を把握することを目的として、アンケート調査を実施した。
- <調査期間> 令和7年5月9日（金）～5月30日（金） ※調査時点 5月9日（金）
- <調査方法> 郵送・オンライン
- <調査数> 416社（岐阜県内に本社・事業所を置く、自動車関連部材製造を行う中小企業）
- <回収数> 86社（回答率20.7%）

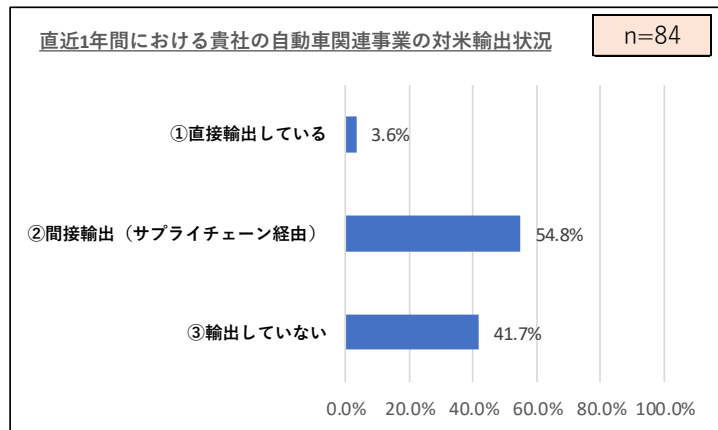
◆アンケート集計結果

【1】貴社の自動車関連事業における対米輸出の有無

直近1年間における貴社の自動車関連事業の対米輸出状況についてお聞かせください。

（1つだけに○）

アンケート回答企業は、「間接輸出（サプライチェーン経由）」が54.8%と、「輸出していない」が41.7%と、多くを占める。



【2】トランプ政権の追加関税に関する影響はありますか？

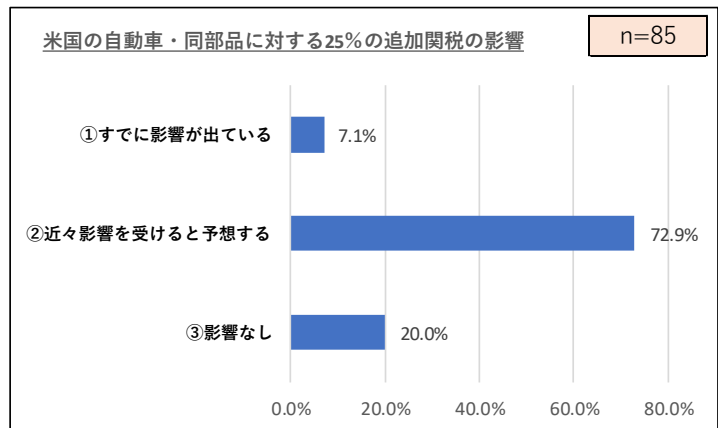
米国の自動車・同部品に対する25%の追加関税の影響についてお聞かせください。

（1つだけに○）

「近々影響を受けると予測する」企業が7割を超える。輸出していない企業でも自動車生産量の低下による影響を懸念している状況が現れている。

「すでに影響が出ている」企業も7%ほど出てきている。

コメントを見ると、受注品の開発遅れや延期、コスト低減の要請など、取引先から受けている状況が出始めている声が見られる。



【3】トランプ政権の追加関税の影響、また想定される影響をお聞かせください。

<回答数> 56社

「生産量（受注量）の減少」を想定する回答が57%と最も多く、「想定不能（予測できない）」とした回答割合は23%となっている。

影響が既に出ているコメント

- 新規プロジェクトの見直し、延期、停止
- 取引先からの価格低減の要請
- 4月の受注が予定よりも増加（駆け込み需要？）

影響分類	回答数	割合
想定不能	13	23.2%
生産量減少	32	57.1%
開発遅延	3	5.4%
影響軽微	2	3.6%
価格低減要請・費用負担	6	10.7%
合計	56	100.0%

影響が想定されるコメント

- 米国での生産量の増加や景気後退による、自動車販売台数の減少に伴う受注量の減少
- 取引先からの価格低減の要請
- 影響の程度がよく分からない

【4】追加関税への対応状況・今後の見通しについて

現在講じている、または検討している対応策をお聞かせください。（自由記述）

<回答数> 33社

まだ影響が出ていないことから「様子見とする企業」が48%と最も高い。次いで、リスクに備えて「販路開拓」の検討を進める企業が30%、生産体制や仕入れルートの見直しなど「社内対応・強化」を進める企業が12%となっている。

今後の対応	回答数	割合
販路開拓	10	30.3%
取引先交渉	2	6.1%
様子見	16	48.5%
社内対応・強化	4	12.1%
資金調達	1	3.0%
合計	33	100.0%

回答例

- まだ影響が出ておらず、先が見通せないため情報収集のみ（特別な活動はせず、様子見）
- 社内の生産性効率化や技術力向上などの内部の改善活動の実施
- 自動車業界以外の市場調査、販路拡大、ビジネスマッチングへの参加
- 資金調達

【5】現在の状況を踏まえてのご意見

追加関税の影響を踏まえて、貴社の状況や取引先・支援機関への要望などお聞かせください。

（自由記述）

<回答数> 23社

「よく分からない（不明）」と回答した企業が最も多く35%、次いで、「自社努力により対応する」とした企業が17%、「日本経済の活性化」、「資金融資」を望む企業はそれぞれ13%であった。

回答例

- 売上高の減少に対する資金上の支援策の拡充
(雇用調整助成金、無利子無担保の融資、法人税の減税など)
- 国内需要を増やすための施策
- 正確な情報の展開
- 不明な点が多く、何を相談・対策したら良いかも分からない
- 外部機関に頼る他力本願ではなく、自社の強化に努める

意見・要望	回答数	割合
よく分からない(不明)	8	34.8%
自社努力	4	17.4%
日本経済活性化	3	13.0%
資金融資	3	13.0%
OEMによる負担軽減	3	13.0%
雇用調整助成金など	1	4.3%
減税	1	4.3%
合計	23	100.0%

◆まとめ

先行き不透明な状況において、「分からないため様子見をする企業」が半数、「リスクを感じて新たな方向性の模索や行動を始めた企業」が半数という結果となった。現在、全く影響のない企業からも、海外輸出が止まってしまった場合、売上高の多くが消失する可能性に危機感を覚える企業もある。

見通しが立たない状況下で、自社に必要な支援が明確となっていない企業が多い。そうした中、先行して取り組みを始めた企業には、カーメーカーが米国生産を強化する方針を示したこともあり、自動車関連部品以外の市場への進出など、販路開拓を検討する企業が多くなっている。