

三十三総研 第 53 回経営者アンケート
～2022 年度上期景況実績と 2022 年度下期見通し～

株式会社 三十三総研

目 次

| | |
|-------------------------|----|
| 調査の概要..... | 1 |
| 調査結果 | |
| 調査結果の要約..... | 2 |
| 1. 県内景気..... | 3 |
| 2. 業界景気..... | 4 |
| <製造業>..... | 4 |
| <建設業、非製造業>..... | 6 |
| 3. 自社の業況(売上高・利益状況)..... | 8 |
| <製造業>..... | 8 |
| <建設業、非製造業>..... | 10 |
| 4. 自社の業況(資金繰り)..... | 12 |
| <製造業>..... | 12 |
| <建設業、非製造業>..... | 14 |
| 5. 経営判断..... | 16 |
| 6. 2022 年度下期の展望..... | 18 |
| 7. 特別調査 | |
| ～脱炭素化に向けた取り組みについて～..... | 20 |
| 8. 経営者の声..... | 23 |

第 53 回経営者アンケート ～2022 年度上期景況実績と 2022 年度下期見通し～

調査の概要

三十三総研では、三十三ビジネスクラブ会員を対象とした「第 53 回経営者アンケート」を実施しました。このほど調査結果を取りまとめましたので、ご報告します。

1. 調査対象

三十三ビジネスクラブ会員で、資本金1億円以下の三重県下法人企業1,566先

2. 調査方法

郵送およびインターネットによるアンケート調査

3. 調査時期

2022年8月下旬～9月中旬

4. 回収状況

配布数 1,566票

回収数 577票（回収率 36.8%）

<地域別>

| | | |
|-------|------|-------|
| 北勢地域 | 332社 | 57.5% |
| 中勢地域 | 132 | 22.9 |
| 伊賀地域 | 33 | 5.7 |
| 南勢地域 | 63 | 10.9 |
| 東紀州地域 | 17 | 2.9 |
| 合計 | 577 | 100.0 |

(注)構成比は四捨五入のため、合計が100%にならない場合がある(次頁以降の図表についても同様)。

<業種別>

| | | |
|----------|------|-------|
| 製造業 | 131社 | 22.7% |
| 基礎素材型製造業 | 36 | 6.2 |
| パルプ・紙・木材 | 9 | 1.6 |
| 石油・化学 | 2 | 0.3 |
| 窯業・土石製品 | 4 | 0.7 |
| 鉄・非鉄 | 4 | 0.7 |
| 金属製品 | 17 | 2.9 |
| 加工組立型製造業 | 67 | 11.6 |
| 一般・精密機械 | 19 | 3.3 |
| 電気機械 | 7 | 1.2 |
| 自動車関連 | 12 | 2.1 |
| その他製造 | 29 | 5.0 |
| 生活関連型製造業 | 28 | 4.9 |
| 食料品 | 16 | 2.8 |
| 繊維品 | 5 | 0.9 |
| 出版・印刷 | 7 | 1.2 |
| 建設業 | 148 | 25.6 |
| 非製造業 | 298 | 51.6 |
| 運輸・通信業 | 34 | 5.9 |
| 小売業 | 45 | 7.8 |
| 卸売業 | 59 | 10.2 |
| 不動産業 | 20 | 3.5 |
| 電気・ガス・水道 | 29 | 5.0 |
| その他サービス業 | 107 | 18.5 |
| その他 | 4 | 0.7 |
| 合計 | 577 | 100.0 |

第 53 回経営者アンケート ～2022 年度上期景況実績と 2022 年度下期見通し～ 調査結果

調査結果の要約

景況感を示す D.I.値(注)は2半期ぶりに改善するも、7半期連続のマイナスとなった。先行きについて、2022 年度下期はマイナス幅が縮小し、経営者の景況感は改善する見通しである。

売上高の D.I.値は、製造業が2半期ぶりに改善してプラスに転じ、建設業、非製造業が4半期連続で改善した。利益状況の D.I.値は、製造業、建設業、非製造業とも2半期ぶりに改善した。

設備投資の実施状況は、「実施した」企業の割合が2半期ぶりに減少、在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が4半期ぶりに増加、雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期連続で増加した。

【 県内景気 】

・県内景気判断 D.I.値は2半期ぶりに改善するも、7半期連続のマイナスとなった。先行きについて、マイナス幅が縮小し、経営者の景況感は改善する見通しである。

【 業界景気 】

・業界景気判断 D.I.値は、製造業、非製造業が2半期ぶりに改善した一方、建設業が4半期ぶりに悪化し、製造業、建設業はそれぞれ7半期連続、非製造業は9半期連続のマイナスとなった。先行きについて、製造業、建設業、非製造業ともマイナス幅が縮小する見通しである。

【 自社の業況 】

・売上高の D.I.値は、製造業が2半期ぶりに改善してプラスに転じ、建設業、非製造業が4半期連続で改善した。利益状況の D.I.値は、製造業、建設業、非製造業とも2半期ぶりに改善した。先行きについて、売上高は、製造業ではプラス幅が縮小する一方、建設業、非製造業ではプラスに転じる見通し。利益状況は、製造業、建設業、非製造業ともマイナス幅が縮小する見通しである。

【 経営判断 】

・設備投資の実施状況は、「実施した」企業の割合が2半期ぶりに減少、在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が4半期ぶりに増加、雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期連続で増加した。

【 2022年度下期の展望 】

・「プラス要因が強い」とみる企業の割合が2半期ぶり、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合が2半期連続でそれぞれ減少した一方、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が2半期ぶりに増加した。

【 特別調査 ～脱炭素化に向けた取り組みについて～ 】

・脱炭素化に向けた自社の取組方針について、「できる限り取り組む」(40.4%)と回答した企業の割合が最も高くなった。一方、「積極的に取り組む」と回答した企業の割合は 3.8%となった。

・脱炭素化に向けた自社の取組状況について、「排出量の削減につながる具体的施策・取組を実行している」と回答した企業の割合は 16.4%であった。一方、選択肢に挙げた取組について「いずれもあてはまらない」と回答した企業の割合が 72.1%と最も高くなった。

・脱炭素化に取り組むうえでの課題について、「どのレベルまで対応すべきかわからない」(50.5%)と回答した企業の割合が最も高く、次いで「ほかに優先すべきことが多く取組が困難」(39.7%)となった。

・脱炭素化に取り組むうえで期待する支援策について、「補助金・助成金制度」(63.9%)と回答した企業の割合が最も高く、次いで、「優遇税制」(42.5%)となった。

(注)D.I.(ディフュージョン・インデックス)値…「良い」(増加など)の割合－「悪い」(減少など)の割合。

1. 県内景気

【ポイント】

2022 年度上期の県内景気判断 D.I.値は2半期ぶりに改善するも、7半期連続のマイナスとなった。先行きについて、2022 年度下期はマイナス幅が縮小し、経営者の景況感は改善する見通しである。

【 2022年度上期(当期)実績 】

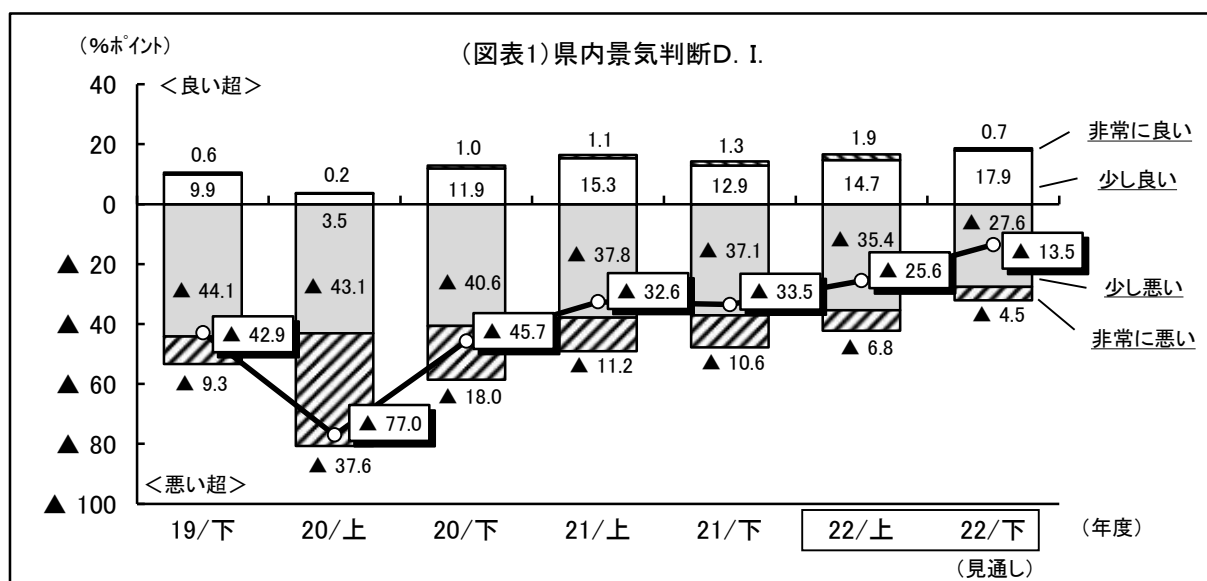
2022 年度上期(以下、当期と称す)の県内景気をみると、「良い」「非常に良い」と「少し良い」の合計とみる企業の割合は 16.6%、「悪い」「非常に悪い」と「少し悪い」の合計とみる企業の割合は 42.2%で、D.I.値は▲25.6 と7半期連続のマイナスとなった。

2021 年度下期(以下、前期と称す)に比べ、「良い」とみる企業の割合が 2.4 ポイント増加(14.2%→16.6%)し、「悪い」とみる企業の割合が 5.5 ポイント減少(47.7%→42.2%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し2半期ぶりに改善(▲33.5→▲25.6)した。

【 2022年度下期(来期)見通し 】

2022 年度下期(以下、来期と称す)の県内景気見通しをみると、「良くなる」「非常に良くなる」と「少し良くなる」の合計とみる企業の割合は 18.6%、「悪くなる」「非常に悪くなる」と「少し悪くなる」の合計とみる企業の割合は 32.1%で、D.I.値は▲13.5 とマイナス幅が縮小し、経営者の景況感は改善する見通しである。

当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 2.0 ポイント増加(16.6%→18.6%)するほか、「悪くなる」とみる企業の割合が 10.1 ポイント減少(42.2%→32.1%)するため、D.I.値は 12.1 ポイント改善(▲25.6→▲13.5)する見通しである。



2. 業界景気

<製造業>

【ポイント】

製造業の景気判断 D.I.値は2半期ぶりに改善するも、7半期連続のマイナスとなった。一方、先行きについて、来期はマイナス幅が縮小して改善する見通しである。

【2022年度上期(当期)実績】

当期の製造業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 22.1%、「悪い」とみる企業の割合は 51.2%で、D.I.値は▲29.1 と7半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 0.5 ポイント増加(21.6%→22.1%)し、「悪い」とみる企業の割合が 3.5 ポイント減少(54.7%→51.2%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し2半期ぶりに改善(▲33.1→▲29.1)した。

業種別にみると、基礎素材型(D.I.値▲25.0)が前期に比べ3.1ポイント、加工組立型(D.I.値▲34.4)が同 1.6ポイント、それぞれ悪化した一方、生活関連型(D.I.値▲21.4)が同 27.0ポイント改善した。

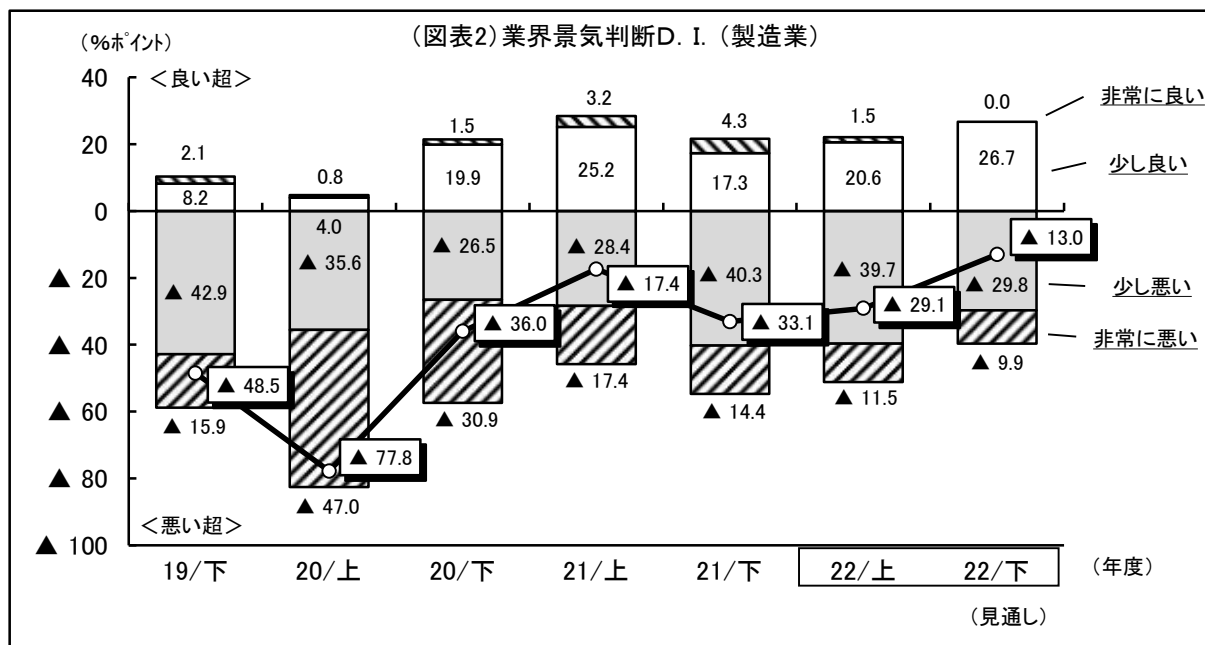
【2022年度下期(来期)見通し】

来期の製造業の業界景気見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 26.7%、「悪くなる」とみる企業の割合は 39.7%で、D.I.値は▲13.0 とマイナス幅が縮小する見通しである。

当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 4.6 ポイント増加(22.1%→26.7%)するほか、「悪くなる」とみる企業の割合が 11.5 ポイント減少(51.2%→39.7%)するため、D.I.値は 16.1ポイント改善(▲29.1→▲13.0)する見通しである。

業種別にみると、基礎素材型(D.I.値▲22.3)が当期に比べ2.7ポイント、加工組立型(D.I.値▲10.4)が同 24.0ポイント、生活関連型(D.I.値▲7.2)が同 14.2ポイント改善する見通しである。

さらにその内訳をみると、基礎素材型ではパルプ・紙・木材(D.I.値▲55.6)が当期に比べ 44.5ポイント、石油・化学(D.I.値▲50.0)が同 50.0ポイント、鉄・非鉄(D.I.値▲25.0)が同 25.0ポイントそれぞれ悪化する一方、窯業・土石製品(D.I.値▲50.0)が同 25.0ポイント、金属製品(D.I.値+5.9)が同 35.2ポイントそれぞれ改善する見通し。加工組立型では一般・精密機械(D.I.値±0.0)が同 10.5ポイント、電気機械(D.I.値±0.0)が同 42.8ポイント、自動車関連(D.I.値+0.1)が同 16.8ポイントそれぞれ改善する見通し。生活関連型では食料品(D.I.値▲12.5)が同 18.8ポイント悪化する一方、繊維品(D.I.値+20.0)が同 60.0ポイント、出版・印刷(D.I.値▲14.3)が同 57.2ポイントそれぞれ改善する見通しである。



(図表3) 製造業の業界景気判断D.I.

| 業種 | (%ポイント) | | | | | | |
|----------|---------|--------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 20/下 | 21/上 | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 40.7 | ▲ 24.1 | ▲ 28.9 | ▲ 24.7 (▲ 15.0) | + 4.2 | ▲ 12.3 | + 12.4 |
| 製造業 | ▲ 36.0 | ▲ 17.4 | ▲ 33.1 | ▲ 29.1 (▲ 7.9) | + 4.0 | ▲ 13.0 | + 16.1 |
| 基礎素材型製造業 | ▲ 25.0 | ▲ 4.5 | ▲ 21.9 | ▲ 25.0 (▲ 4.8) | ▲ 3.1 | ▲ 22.3 | + 2.7 |
| パルプ・紙・木材 | ▲ 55.5 | 0.0 | ▲ 22.2 | ▲ 11.1 (11.1) | + 11.1 | ▲ 55.6 | ▲ 44.5 |
| 石油・化学 | 25.0 | 66.6 | 0.0 | 0.0 (▲ 75.0) | 0.0 | ▲ 50.0 | ▲ 50.0 |
| 窯業・土石製品 | ▲ 50.0 | 0.0 | ▲ 40.0 | ▲ 75.0 (▲ 60.0) | ▲ 35.0 | ▲ 50.0 | + 25.0 |
| 鉄・非鉄 | ▲ 50.0 | ▲ 40.0 | ▲ 66.7 | 0.0 (0.0) | + 66.7 | ▲ 25.0 | ▲ 25.0 |
| 金属製品 | ▲ 14.3 | ▲ 8.7 | ▲ 15.0 | ▲ 29.3 (15.0) | ▲ 14.3 | 5.9 | + 35.2 |
| 加工組立型製造業 | ▲ 37.3 | ▲ 9.9 | ▲ 32.8 | ▲ 34.4 (▲ 7.4) | ▲ 1.6 | ▲ 10.4 | + 24.0 |
| 一般・精密機械 | ▲ 84.2 | ▲ 31.8 | ▲ 17.7 | ▲ 10.5 (▲ 5.9) | + 7.2 | 0.0 | + 10.5 |
| 電気機械 | ▲ 12.5 | 0.0 | 20.0 | ▲ 42.8 (0.0) | ▲ 62.8 | 0.0 | + 42.8 |
| 自動車関連 | ▲ 20.0 | 0.0 | ▲ 40.0 | ▲ 16.7 (6.6) | + 23.3 | 0.1 | + 16.8 |
| その他製造 | ▲ 20.0 | ▲ 2.7 | ▲ 46.6 | ▲ 55.2 (▲ 16.7) | ▲ 8.6 | ▲ 24.1 | + 31.1 |
| 生活関連型製造業 | ▲ 48.3 | ▲ 54.8 | ▲ 48.4 | ▲ 21.4 (▲ 13.0) | + 27.0 | ▲ 7.2 | + 14.2 |
| 食料品 | ▲ 29.5 | ▲ 60.0 | ▲ 52.9 | 6.3 (5.8) | + 59.2 | ▲ 12.5 | ▲ 18.8 |
| 繊維品 | ▲ 66.6 | 0.0 | 0.0 | ▲ 40.0 (0.0) | ▲ 40.0 | 20.0 | + 60.0 |
| 出版・印刷 | ▲ 83.3 | ▲ 83.4 | ▲ 75.0 | ▲ 71.5 (▲ 62.5) | + 3.5 | ▲ 14.3 | + 57.2 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業の景気判断 D.I.値は4半期ぶりに悪化して7半期連続のマイナス、非製造業の景気判断 D.I.値は2半期ぶりに改善するも9半期連続のマイナスとなった。
先行きについて、来期は、建設業、非製造業ともマイナス幅が縮小して改善する見通しである。

【 2022年度上期(当期)実績 】

当期の建設業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 15.5%、「悪い」とみる企業の割合は 35.8%で、D.I.値は▲20.3 と7半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「悪い」とみる企業の割合が 1.6 ポイント減少(37.4%→35.8%)したものの、「良い」とみる企業の割合が 6.5 ポイント減少(22.0%→15.5%)したため、D.I.値はマイナス幅が拡大し4半期ぶりに悪化(▲15.4→▲20.3)した。

当期の非製造業の業界景気をみると、「良い」とみる企業の割合は 18.1%、「悪い」とみる企業の割合は 43.2%で、D.I.値は▲25.1 と9半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「良い」とみる企業の割合が 1.5 ポイント増加(16.6%→18.1%)し、「悪い」とみる企業の割合が 6.8 ポイント減少(50.0%→43.2%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し2半期ぶりに改善(▲33.4→▲25.1)した。

非製造業を業種別にみると、卸売業(D.I.値▲35.6)が前期に比べ 5.7 ポイント悪化した一方、運輸・通信業(D.I.値▲44.2)が同 7.2 ポイント、小売業(D.I.値▲15.6)が同 16.4 ポイント、不動産業(D.I.値▲15.0)が同 26.2 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲13.9)が同 14.1 ポイントそれぞれ改善した。

【 2022年度下期(来期)見通し 】

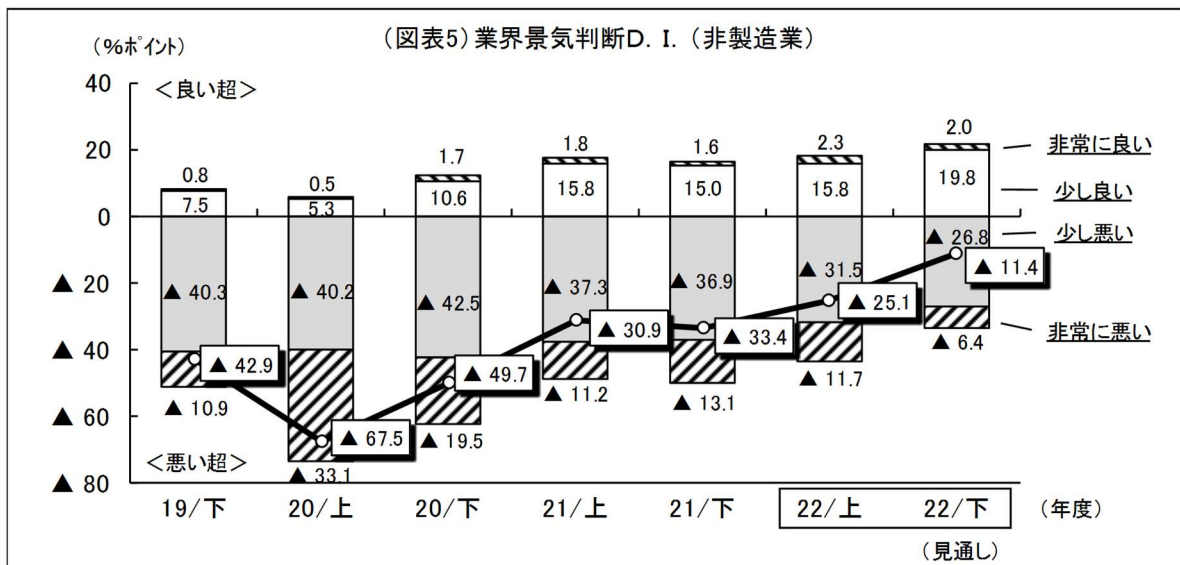
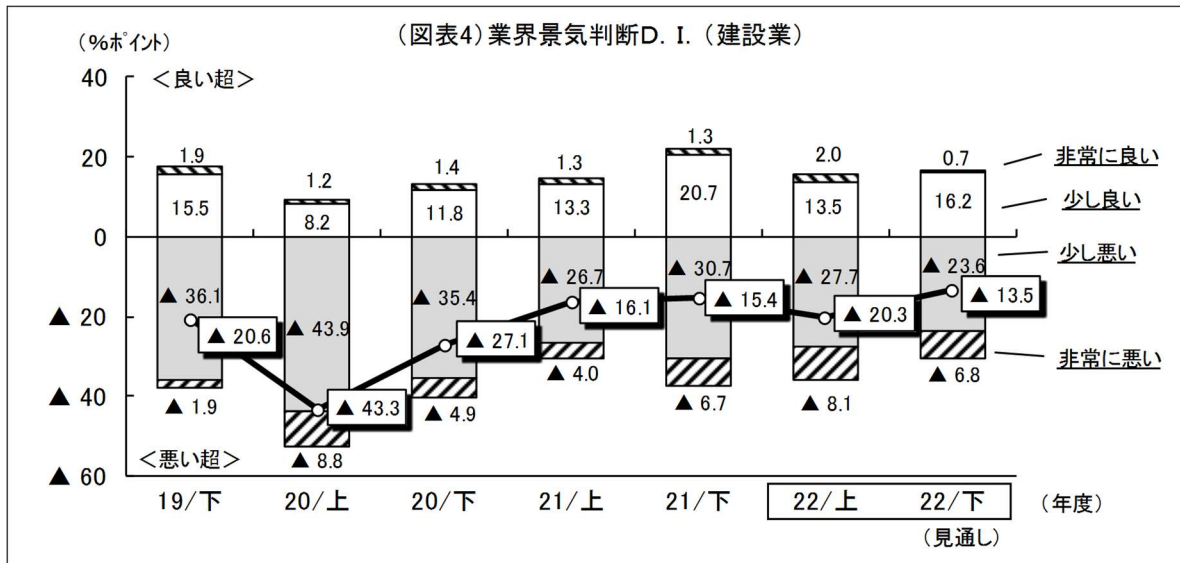
来期の建設業の業界景気見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 16.9%、「悪くなる」とみる企業の割合は 30.4%で、D.I.値は▲13.5 とマイナス幅が縮小する見通しである。

当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 1.4 ポイント増加(15.5%→16.9%)し、「悪くなる」とみる企業の割合が 5.4 ポイント減少(35.8%→30.4%)するため、D.I.値は 6.8 ポイント改善(▲20.3→▲13.5)する見通しである。

来期の非製造業の業界景気見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 21.8%、「悪くなる」とみる企業の割合は 33.2%で、D.I.値は▲11.4 とマイナス幅が縮小する見通しである。

当期に比べ、「良くなる」とみる企業の割合が 3.7 ポイント増加(18.1%→21.8%)し、「悪くなる」とみる企業の割合が 10.0 ポイント減少(43.2%→33.2%)するため、D.I.値は 13.7 ポイント改善(▲25.1→▲11.4)する見通しである。

非製造業を業種別にみると、不動産業(D.I.値+15.0)が当期に比べ 30.0 ポイント改善しプラスに転じるほか、運輸・通信業(D.I.値▲14.7)が同 29.5 ポイント、卸売業(D.I.値▲15.3)が同 20.3 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲3.7)が同 10.2 ポイントそれぞれ改善する見通しである。小売業(D.I.値▲15.6)は同横ばいの見通しである。



(図表6) 建設業、非製造業の業界景気判断D.I.

| 業種 | (%)ポイント | | | | | | |
|----------|---------|--------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 20/下 | 21/上 | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 40.7 | ▲ 24.1 | ▲ 28.9 | ▲ 24.7 (▲ 15.0) | + 4.2 | ▲ 12.3 | + 12.4 |
| 建設業 | ▲ 27.1 | ▲ 16.1 | ▲ 15.4 | ▲ 20.3 (▲ 20.6) | ▲ 4.9 | ▲ 13.5 | + 6.8 |
| 非製造業 | ▲ 49.7 | ▲ 30.9 | ▲ 33.4 | ▲ 25.1 (▲ 15.3) | + 8.3 | ▲ 11.4 | + 13.7 |
| 運輸・通信業 | ▲ 50.0 | ▲ 22.5 | ▲ 51.4 | ▲ 44.2 (▲ 14.3) | + 7.2 | ▲ 14.7 | + 29.5 |
| 小売業 | ▲ 37.1 | ▲ 25.0 | ▲ 32.0 | ▲ 15.6 (▲ 16.0) | + 16.4 | ▲ 15.6 | ▲ 0.0 |
| 卸売業 | ▲ 61.0 | ▲ 16.7 | ▲ 29.9 | ▲ 35.6 (▲ 26.7) | ▲ 5.7 | ▲ 15.3 | + 20.3 |
| 不動産業 | ▲ 50.0 | ▲ 58.8 | ▲ 41.2 | ▲ 15.0 (5.8) | + 26.2 | 15.0 | + 30.0 |
| その他サービス業 | ▲ 56.1 | ▲ 39.6 | ▲ 28.0 | ▲ 13.9 (▲ 7.0) | + 14.1 | ▲ 3.7 | + 10.2 |
| その他 | ▲ 20.0 | 25.0 | ▲ 40.0 | ▲ 50.0 (▲ 60.0) | ▲ 10.0 | ▲ 25.0 | + 25.0 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

3. 自社の業況(売上高・利益状況)

<製造業>

【ポイント】

製造業は、売上高・利益状況とも D.I.値が2半期ぶりに改善して、売上高 D.I.値がプラスに転じ、利益状況 D.I.値が7半期連続のマイナスとなった。
先行きについて、売上高 D.I.値はプラス幅が縮小する一方、利益状況 D.I.値はマイナス幅が縮小する見通しである。

【2022年度上期(当期)実績】

当期の製造業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 40.5%、「減少した」とみる企業の割合は 34.4%で、D.I.値は+6.1 と7半期ぶりのプラスとなった。前期に比べ、「増加した」とみる企業の割合が 9.6 ポイント増加(30.9%→40.5%)し、「減少した」とみる企業の割合が 4.4 ポイント減少(38.8%→34.4%)したため、D.I.値は2半期ぶりに改善(▲7.9→+6.1)した。

一方、同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 24.4%、「悪くなった」とみる企業の割合は 45.0%で、D.I.値は▲20.6 と7半期連続のマイナスとなった。前期に比べ、「悪くなった」とみる企業の割合が 1.8 ポイント増加(43.2%→45.0%)したものの、「良くなった」とみる企業の割合が 2.8 ポイント増加(21.6%→24.4%)したため、D.I.値はマイナス幅が縮小し2半期ぶりに改善(▲21.6→▲20.6)した。

業種別の売上高をみると、基礎素材型(D.I.値▲2.8)が前期に比べ 0.4 ポイント悪化した一方、加工組立型(D.I.値+7.5)が同 15.0 ポイント、生活関連型(D.I.値+14.3)が同 30.4 ポイント、それぞれ改善した。

一方、同利益状況をみると、基礎素材型(D.I.値▲22.2)が前期に比べ 7.6 ポイント悪化した一方、加工組立型(D.I.値▲19.4)が同 3.0 ポイント、生活関連型(D.I.値▲21.4)が同 7.7 ポイントそれぞれ改善した。

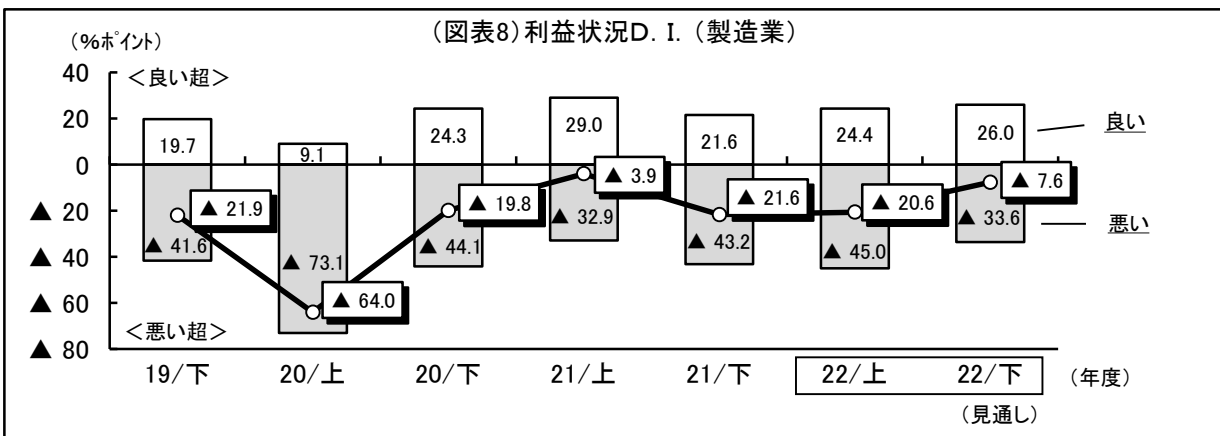
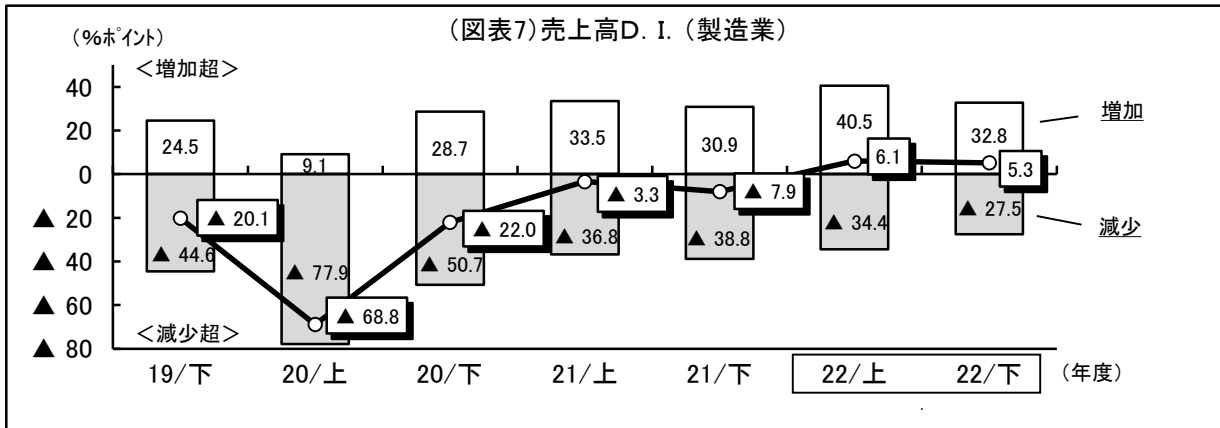
【2022年度下期(来期)見通し】

来期の製造業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 32.8%、「減少する」とみる企業の割合は 27.5%で、D.I.値は+5.3 とプラス幅が縮小する見通しである。

一方、同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 26.0%、「悪くなる」とみる企業の割合は 33.6%で、D.I.値は▲7.6 とマイナス幅が縮小する見通しである。

業種別の売上高見通しをみると、基礎素材型(D.I.値▲5.5)は当期に比べ 2.7 ポイント、加工組立型(D.I.値+7.4)は同 0.1 ポイントそれぞれ悪化し、生活関連型(D.I.値+14.3)は同横ばいの見通しである。

一方、同利益状況見通しをみると、基礎素材型(D.I.値▲27.7)は当期に比べ 5.5 ポイント悪化する一方、加工組立型(D.I.値±0.0)は同 19.4 ポイント、生活関連型(D.I.値±0.0)は同 21.4 ポイントそれぞれ改善する見通しである。



(図表9) 製造業の業況判断D.I.(売上高・利益状況)

| 業種 | ＜売上高＞ (％ポイント) | | | | | ＜利益状況＞ (％ポイント) | | | | | | |
|----------|---------------|-----------|------------|------------------|------------|----------------|-----------|------------|------------------|------------|--------|--------|
| | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | | |
| 全産業 | ▲ 6.2 | ▲ 0.7 | (3.2) | + 5.5 | 2.5 | + 3.2 | ▲ 17.0 | ▲ 15.1 | (▲ 10.5) | + 1.9 | ▲ 7.9 | + 7.2 |
| 製造業 | ▲ 7.9 | 6.1 | (5.8) | + 14.0 | 5.3 | ▲ 0.8 | ▲ 21.6 | ▲ 20.6 | (▲ 13.0) | + 1.0 | ▲ 7.6 | + 13.0 |
| 基礎素材型製造業 | ▲ 2.4 | ▲ 2.8 | (▲ 2.5) | ▲ 0.4 | ▲ 5.5 | ▲ 2.7 | ▲ 14.6 | ▲ 22.2 | (▲ 14.6) | ▲ 7.6 | ▲ 27.7 | ▲ 5.5 |
| パルプ・紙・木材 | 11.1 | 0.0 | (▲ 33.3) | ▲ 11.1 | ▲ 55.6 | ▲ 55.6 | 22.2 | 0.0 | (0.0) | ▲ 22.2 | ▲ 55.6 | ▲ 55.6 |
| 石油・化学 | 50.0 | 50.0 | (0.0) | 0.0 | 50.0 | 0.0 | 0.0 | ▲ 50.0 | (▲ 75.0) | ▲ 50.0 | ▲ 50.0 | 0.0 |
| 窯業・土石製品 | 40.0 | 25.0 | (▲ 20.0) | ▲ 15.0 | 75.0 | + 50.0 | ▲ 20.0 | ▲ 50.0 | (▲ 40.0) | ▲ 30.0 | 0.0 | + 50.0 |
| 鉄・非鉄 | ▲ 66.7 | 0.0 | (33.3) | + 66.7 | 0.0 | 0.0 | ▲ 66.7 | ▲ 25.0 | (0.0) | + 41.7 | ▲ 25.0 | 0.0 |
| 金属製品 | ▲ 20.0 | ▲ 17.7 | (10.0) | + 2.3 | ▲ 5.9 | + 11.8 | ▲ 25.0 | ▲ 23.6 | (▲ 5.0) | + 1.4 | ▲ 17.7 | + 5.9 |
| 加工組立型製造業 | ▲ 7.5 | 7.5 | (▲ 3.0) | + 15.0 | 7.4 | ▲ 0.1 | ▲ 22.4 | ▲ 19.4 | (▲ 19.4) | + 3.0 | 0.0 | + 19.4 |
| 一般・精密機械 | 0.0 | 10.5 | (▲ 5.9) | + 10.5 | 10.5 | 0.0 | ▲ 17.7 | ▲ 31.5 | (▲ 17.7) | ▲ 13.8 | ▲ 5.2 | + 26.3 |
| 電気機械 | 40.0 | 14.3 | (20.0) | ▲ 25.7 | 0.0 | ▲ 14.3 | 20.0 | ▲ 14.2 | (0.0) | ▲ 34.2 | 0.0 | + 14.2 |
| 自動車関連 | ▲ 26.6 | 16.7 | (▲ 20.0) | + 43.3 | 0.0 | ▲ 16.7 | ▲ 46.7 | ▲ 8.4 | (▲ 20.0) | + 38.3 | 16.6 | + 25.0 |
| その他製造 | ▲ 10.0 | 0.0 | (3.4) | + 10.0 | 10.4 | + 10.4 | ▲ 20.0 | ▲ 17.2 | (▲ 23.3) | + 2.8 | ▲ 3.5 | + 13.7 |
| 生活関連型製造業 | ▲ 16.1 | 14.3 | (35.5) | + 30.4 | 14.3 | 0.0 | ▲ 29.1 | ▲ 21.4 | (3.2) | + 7.7 | 0.0 | + 21.4 |
| 食料品 | ▲ 5.9 | 56.2 | (52.9) | + 62.1 | 31.3 | ▲ 24.9 | ▲ 29.4 | 0.0 | (5.9) | + 29.4 | 31.3 | + 31.3 |
| 繊維品 | 16.7 | ▲ 40.0 | (16.6) | ▲ 56.7 | 40.0 | + 80.0 | ▲ 16.7 | ▲ 40.0 | (16.6) | ▲ 23.3 | ▲ 20.0 | + 20.0 |
| 出版・印刷 | ▲ 62.5 | ▲ 42.9 | (12.5) | + 19.6 | ▲ 42.9 | 0.0 | ▲ 37.5 | ▲ 57.1 | (▲ 12.5) | ▲ 19.6 | ▲ 57.1 | 0.0 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業は、売上高 D.I.値が4半期連続で改善するも、5半期連続のマイナスとなり、利益状況 D.I.値が2半期ぶりに改善するも、7半期連続のマイナスとなった。先行きについて、売上高はプラスに転じ、利益状況はマイナス幅が縮小して改善する見通しである。非製造業は、売上高 D.I.値が4半期連続で改善するも、7半期連続のマイナスとなり、利益状況 D.I.値が2半期ぶりに改善するも、8半期連続のマイナスとなった。先行きについて、売上高はプラスに転じ、利益状況はマイナス幅が縮小して改善する見通しである。

【2022年度上期(当期)実績】

当期の建設業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 25.7%、「減少した」とみる企業の割合は 28.4%で、D.I.値は▲2.7 と4半期連続で改善(▲6.0→▲2.7)したものの、5半期連続のマイナスとなった。一方、同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 16.2%、「悪くなった」とみる企業の割合は 31.1%で、D.I.値は▲14.9 と2半期ぶりに改善(▲18.7→▲14.9)したものの、7半期連続のマイナスとなった。

当期の非製造業の売上高をみると、「増加した」とみる企業の割合は 30.2%、「減少した」とみる企業の割合は 32.9%で、D.I.値は▲2.7 と4半期連続で改善(▲5.4→▲2.7)したものの、7半期連続のマイナスとなった。一方、同利益状況をみると、「良くなった」とみる企業の割合は 21.5%、「悪くなった」とみる企業の割合は 34.2%で、D.I.値は▲12.7 と2半期ぶりに改善(▲14.3→▲12.7)したものの、8半期連続のマイナスとなった。

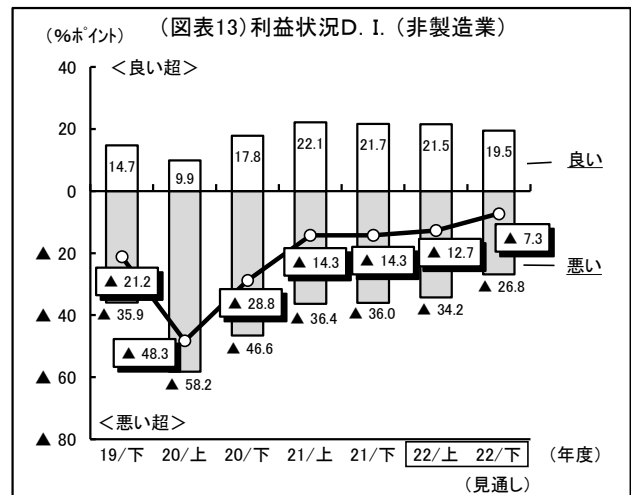
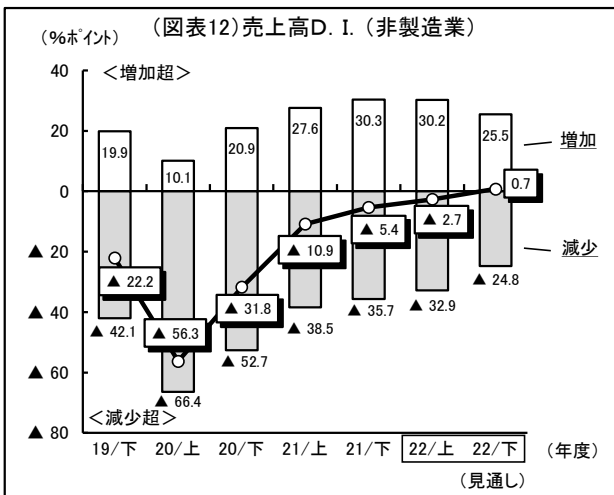
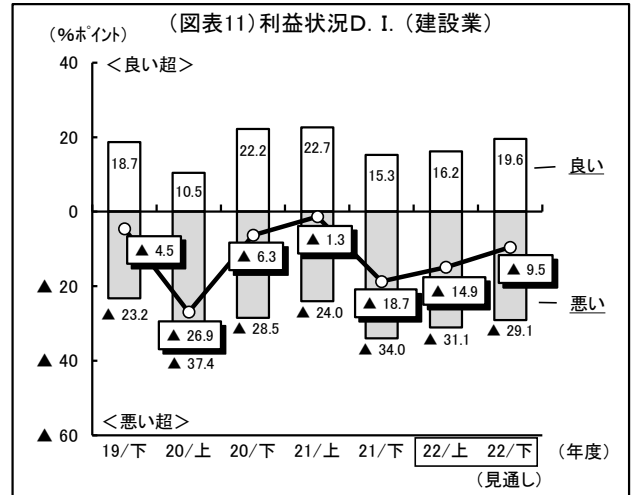
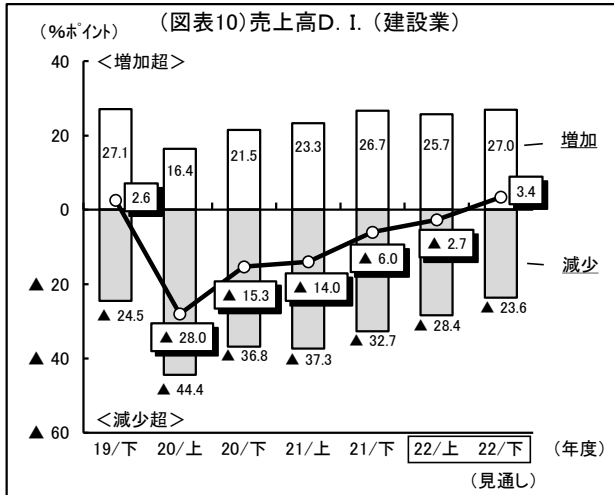
非製造業の業種別の売上高をみると、その他サービス業(D.I.値+15.0)が前期と比べ 30.8 ポイント改善してプラスに転じたほか、不動産業(D.I.値▲10.0)が同 1.7 ポイント改善した。同利益状況をみると、その他サービス業(D.I.値+3.7)が同 20.4 ポイント改善してプラスに転じた。

【2022年度下期(来期)見通し】

来期の建設業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 27.0%、「減少する」とみる企業の割合は 23.6%で、D.I.値は+3.4 とプラスに転じる見通しである。一方、同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 19.6%、「悪くなる」とみる企業の割合は 29.1%で、D.I.値は▲9.5 とマイナス幅が縮小する見通しである。

来期の非製造業の売上高見通しをみると、「増加する」とみる企業の割合は 25.5%、「減少する」とみる企業の割合は 24.8%で、D.I.値は+0.7 とプラスに転じる見通しである。一方、同利益状況見通しをみると、「良くなる」とみる企業の割合は 19.5%、「悪くなる」とみる企業の割合は 26.8%で、D.I.値は▲7.3 とマイナス幅が縮小する見通しである。

非製造業の業種別の売上高見通しをみると、その他サービス業(D.I.値+3.8)が当期と比べ 11.2 ポイント悪化するものの、それ以外の業種は改善する見通しである。同利益状況をみると、その他サービス業(D.I.値▲1.9)が同 5.6 ポイント悪化するものの、それ以外の業種は改善または横ばいとなる見通しである。



(図表14) 建設業、非製造業の業況判断D.I.(売上高・利益状況)

| 業種 | <売上高> (%ポイント) | | | | | <利益状況> (%ポイント) | | | | | | |
|----------|---------------|-----------|------------|------------------|------------|----------------|-----------|------------|------------------|------------|--------|--------|
| | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 | | |
| 全産業 | ▲ 6.2 | ▲ 0.7 | (3.2) | + 5.5 | 2.5 | + 3.2 | ▲ 17.0 | ▲ 15.1 | (▲ 10.5) | + 1.9 | ▲ 7.9 | + 7.2 |
| 建設業 | ▲ 6.0 | ▲ 2.7 | (▲ 4.0) | + 3.3 | 3.4 | + 6.1 | ▲ 18.7 | ▲ 14.9 | (▲ 13.3) | + 3.8 | ▲ 9.5 | + 5.4 |
| 非製造業 | ▲ 5.4 | ▲ 2.7 | (5.5) | + 2.7 | 0.7 | + 3.4 | ▲ 14.3 | ▲ 12.7 | (▲ 8.0) | + 1.6 | ▲ 7.3 | + 5.4 |
| 運輸・通信業 | ▲ 11.4 | ▲ 14.7 | (2.9) | ▲ 3.3 | 0.0 | + 14.7 | ▲ 28.6 | ▲ 26.5 | (▲ 37.2) | + 2.1 | ▲ 26.5 | + 0.0 |
| 小売業 | 4.0 | ▲ 6.7 | (4.0) | ▲ 10.7 | 11.1 | + 17.8 | ▲ 8.0 | ▲ 4.4 | (▲ 8.0) | + 3.6 | 8.9 | + 13.3 |
| 卸売業 | 8.3 | ▲ 5.1 | (1.7) | ▲ 13.4 | ▲ 3.4 | + 1.7 | ▲ 15.0 | ▲ 32.2 | (▲ 16.7) | ▲ 17.2 | ▲ 16.9 | + 15.3 |
| 不動産業 | ▲ 11.7 | ▲ 10.0 | (23.5) | + 1.7 | 25.0 | + 35.0 | ▲ 5.9 | ▲ 5.0 | (35.3) | + 0.9 | 30.0 | + 35.0 |
| その他サービス業 | ▲ 15.8 | 15.0 | (12.3) | + 30.8 | 3.8 | ▲ 11.2 | ▲ 16.7 | 3.7 | (5.3) | + 20.4 | ▲ 1.9 | ▲ 5.6 |
| その他 | 0.0 | 0.0 | (0.0) | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | ▲ 25.0 | (▲ 20.0) | ▲ 25.0 | ▲ 25.0 | 0.0 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

4. 自社の業況(資金繰り)

<製造業>

【ポイント】

製造業の資金繰り D.I.値は2半期ぶりに改善するも、8半期連続のマイナスとなった。先行きについて、来期はマイナス幅が拡大して悪化する見通しである。

【 2022年度上期(当期)実績 】

当期の製造業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 13.0%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 23.7%で、D.I.値は▲10.7 と8半期連続のマイナスとなった。

前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 1.5 ポイント増加(11.5%→13.0%)し、「苦しくなった」とみる企業の割合が横ばい(23.7%→23.7%)となったため、D.I.値は2半期ぶりに改善 (▲12.2→▲10.7)した。

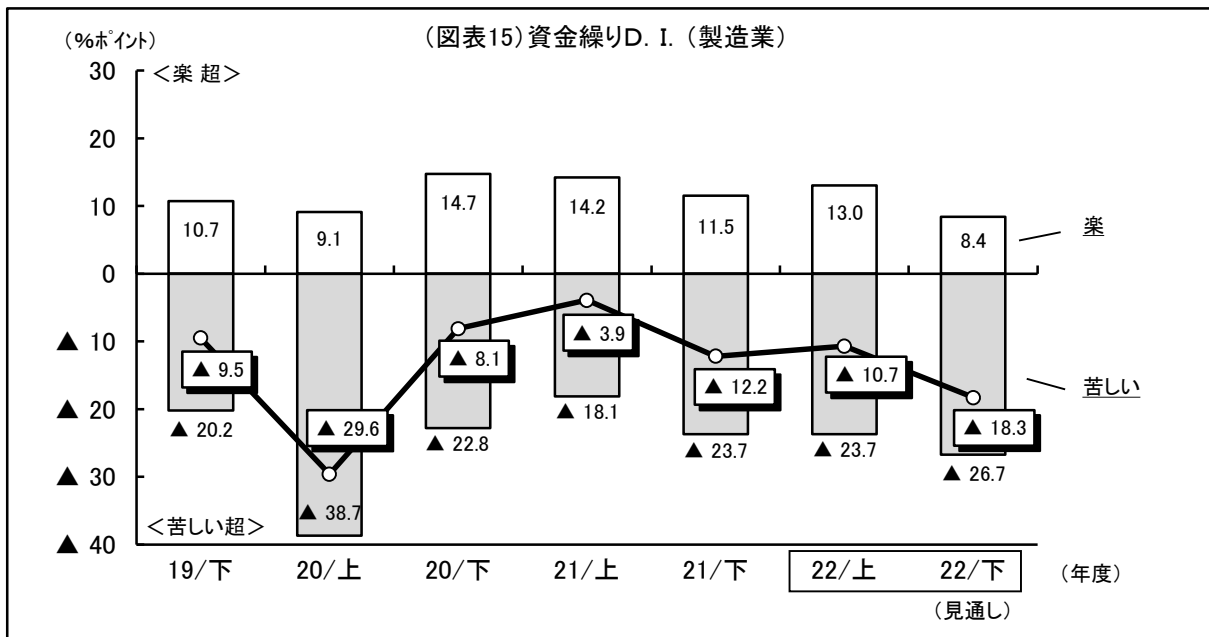
業種別にみると、生活関連型(D.I.値▲25.0)が前期に比べ同 8.9 ポイント悪化した一方、基礎素材型(D.I.値▲5.5)が 1.8 ポイント、加工組立型(D.I.値▲7.5)が同 6.0 ポイントそれぞれ改善した。

【 2022年度下期(来期)見通し 】

来期の製造業の資金繰り見通しをみると、「楽になる」とみる企業の割合は 8.4%、「苦しくなる」とみる企業の割合は 26.7%で、D.I.値は▲18.3 とマイナス幅が拡大する見通しである。

当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が4.6 ポイント減少(13.0%→8.4%)し、「苦しくなる」とみる企業の割合が 3.0 ポイント増加(23.7%→26.7%)するため、D.I.値は 7.6 ポイント悪化(▲10.7→▲18.3)する見通しである。

業種別にみると、基礎素材型(D.I.値▲16.7)が当期と比べ 11.2 ポイント、加工組立型(D.I.値▲14.9)が同 7.4 ポイント、生活関連型(D.I.値▲28.6)が同 3.6 ポイントそれぞれ悪化する見通しである。



(図表16) 製造業の業況判断D.I.(資金繰り)

| 業種 | (%)ポイント | | | | | | |
|----------|---------|--------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 20/下 | 21/上 | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 2.8 | ▲ 0.5 | ▲ 6.0 | ▲ 7.4 (▲ 8.6) | ▲ 1.4 | ▲ 9.3 | ▲ 1.9 |
| 製造業 | ▲ 8.1 | ▲ 3.9 | ▲ 12.2 | ▲ 10.7 (▲ 13.7) | + 1.5 | ▲ 18.3 | ▲ 7.6 |
| 基礎素材型製造業 | ▲ 7.5 | 11.4 | ▲ 7.3 | ▲ 5.5 (▲ 7.3) | + 1.8 | ▲ 16.7 | ▲ 11.2 |
| パルプ・紙・木材 | ▲ 22.2 | 25.0 | ▲ 11.1 | 0.0 (▲ 11.1) | + 11.1 | ▲ 33.3 | ▲ 33.3 |
| 石油・化学 | 25.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 (▲ 25.0) | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 窯業・土石製品 | 100.0 | 60.0 | 0.0 | ▲ 50.0 (0.0) | ▲ 50.0 | ▲ 50.0 | 0.0 |
| 鉄・非鉄 | ▲ 25.0 | 0.0 | ▲ 66.7 | 0.0 (▲ 66.7) | + 66.7 | 25.0 | + 25.0 |
| 金属製品 | ▲ 14.3 | 0.0 | 0.0 | 0.0 (5.0) | 0.0 | ▲ 11.7 | ▲ 11.7 |
| 加工組立型製造業 | ▲ 10.5 | ▲ 3.7 | ▲ 13.5 | ▲ 7.5 (▲ 16.4) | + 6.0 | ▲ 14.9 | ▲ 7.4 |
| 一般・精密機械 | ▲ 15.8 | ▲ 22.8 | ▲ 17.7 | 0.0 (▲ 11.8) | + 17.7 | ▲ 31.6 | ▲ 31.6 |
| 電気機械 | 12.5 | 14.3 | 40.0 | 0.0 (▲ 20.0) | ▲ 40.0 | 14.3 | + 14.3 |
| 自動車関連 | ▲ 13.3 | ▲ 7.1 | ▲ 26.6 | 8.3 (▲ 26.6) | + 34.9 | 0.0 | ▲ 8.3 |
| その他製造 | ▲ 12.0 | 5.4 | ▲ 13.3 | ▲ 20.7 (▲ 13.3) | ▲ 7.4 | ▲ 17.2 | + 3.5 |
| 生活関連型製造業 | ▲ 3.4 | ▲ 25.8 | ▲ 16.1 | ▲ 25.0 (▲ 16.1) | ▲ 8.9 | ▲ 28.6 | ▲ 3.6 |
| 食料品 | ▲ 5.9 | ▲ 35.0 | ▲ 11.8 | ▲ 18.7 (▲ 11.8) | ▲ 6.9 | ▲ 18.8 | ▲ 0.1 |
| 繊維品 | 0.0 | 0.0 | ▲ 16.7 | ▲ 20.0 (▲ 33.3) | ▲ 3.3 | ▲ 20.0 | 0.0 |
| 出版・印刷 | 0.0 | ▲ 16.7 | ▲ 25.0 | ▲ 42.9 (▲ 12.5) | ▲ 17.9 | ▲ 57.1 | ▲ 14.2 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

<建設業、非製造業>

【ポイント】

建設業の資金繰り D.I.値は3半期ぶりに改善するも、2半期連続のマイナスとなった。非製造業の資金繰り D.I.値は2半期連続で悪化し8半期連続でマイナスとなった。先行きについては、建設業はマイナス幅が拡大して悪化する一方、非製造業はマイナス幅が縮小して改善する見通しである。

【 2022年度上期(当期)実績 】

当期の建設業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 6.8%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 12.2%で、D.I.値は▲5.4 と2半期連続のマイナスとなった。前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 0.5 ポイント減少(7.3%→6.8%)したものの、「苦しくなった」とみる企業の割合が 1.1 ポイント減少(13.3%→12.2%)したため、D.I.値は3半期ぶりに改善(▲6.0→▲5.4)した。

当期の非製造業の資金繰りをみると、「楽になった」とみる企業の割合は 11.4%、「苦しくなった」とみる企業の割合は 18.5%で、D.I.値は▲7.1 と8半期連続のマイナスとなった。前期に比べ、「楽になった」とみる企業の割合が 2.2 ポイント増加(9.2%→11.4%)したものの、「苦しくなった」とみる企業の割合が 6.1 ポイント増加(12.4%→18.5%)したため、D.I.値は2半期連続で悪化(▲3.2→▲7.1)した。

非製造業を業種別にみると、小売業(D.I.値+8.9)が前期に比べて 10.9 ポイント、不動産業(D.I.値+15.0)が同 9.1 ポイント、その他サービス業(D.I.値▲5.7)が同 3.1 ポイントそれぞれ改善した一方、運輸・通信業(D.I.値▲26.4)が同 12.1 ポイント、卸売業(D.I.値▲13.5)が同 20.1 ポイントそれぞれ悪化した。

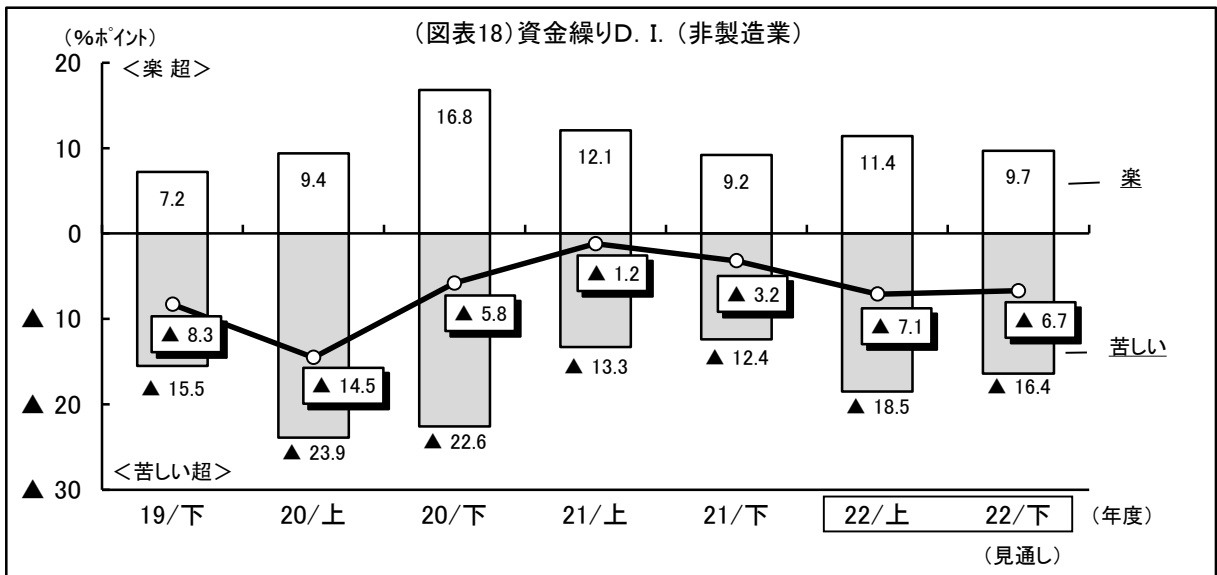
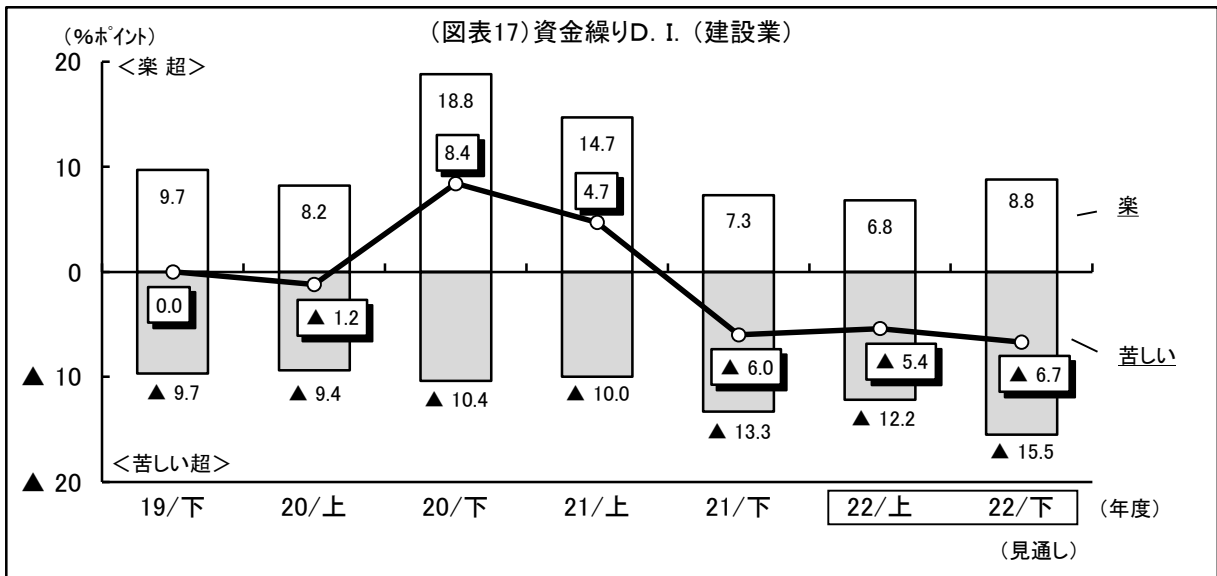
【 2022年度下期(来期)見通し 】

来期の建設業の資金繰り見通しをみると、「楽になる」とみる企業の割合は 8.8%、「苦しくなる」とみる企業の割合は 15.5%で、D.I.値は▲6.7 とマイナス幅が拡大する見通しである。当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 2.0 ポイント増加(6.8%→8.8%)するものの、「苦しくなる」とみる企業の割合が 3.3 ポイント増加(12.2%→15.5%)するため、D.I.値は 1.3 ポイント悪化(▲5.4→▲6.7)する見通しである。

来期の非製造業の資金繰り見通しをみると、「楽になる」とみる企業の割合は 9.7%、「苦しくなる」とみる企業の割合は 16.4%で、D.I.値は▲6.7 とマイナス幅が縮小する見通しである。

当期に比べ、「楽になる」とみる企業の割合が 1.7 ポイント減少(11.4%→9.7%)するものの、「苦しくなる」とみる企業の割合が 2.1 ポイント減少(18.5%→16.4%)するため、D.I.値は 0.4 ポイント改善(▲7.1→▲6.7)する見通しである。

非製造業を業種別にみると、小売業(D.I.値▲4.4)が当期に比べ 13.3 ポイント悪化する一方、運輸・通信業(D.I.値▲20.6)が同 5.8 ポイント、卸売業(D.I.値▲10.1)が同 3.4 ポイント、その他サービス業(D.I.値+0.9)が同 6.6 ポイントそれぞれ改善する見通しである。



(図表19) 建設業、非製造業の業況判断D.I.(資金繰り)

| 業種 | (%ポイント) | | | | | | |
|----------|---------|-------|---------|-----------------|------------|------------------|------------|
| | 20/下 | 21/上 | 21/下(A) | 2022/上(B) | A→B 変化幅 | 2022/下 見通し(C) | B→C 変化幅 |
| 全産業 | ▲ 2.8 | ▲ 0.5 | ▲ 6.0 | ▲ 7.4 (▲ 8.6) | ▲ 1.4 | ▲ 9.3 | ▲ 1.9 |
| 建設業 | 8.4 | 4.7 | ▲ 6.0 | ▲ 5.4 (▲ 8.7) | + 0.6 | ▲ 6.7 | ▲ 1.3 |
| 非製造業 | ▲ 5.8 | ▲ 1.2 | ▲ 3.2 | ▲ 7.1 (▲ 6.4) | ▲ 3.9 | ▲ 6.7 | + 0.4 |
| 運輸・通信業 | 21.9 | 0.0 | ▲ 14.3 | ▲ 26.4 (▲ 25.7) | ▲ 12.1 | ▲ 20.6 | + 5.8 |
| 小売業 | 16.2 | 0.0 | ▲ 2.0 | 8.9 (▲ 4.0) | + 10.9 | ▲ 4.4 | ▲ 13.3 |
| 卸売業 | 0.0 | 6.1 | 6.6 | ▲ 13.5 (0.0) | ▲ 20.1 | ▲ 10.1 | + 3.4 |
| 不動産業 | 21.5 | 0.0 | 5.9 | 15.0 (17.6) | + 9.1 | 15.0 | 0.0 |
| その他サービス業 | ▲ 30.5 | ▲ 5.2 | ▲ 8.8 | ▲ 5.7 (▲ 5.2) | + 3.1 | 0.9 | + 6.6 |
| その他 | ▲ 60.0 | 0.0 | ▲ 20.0 | ▲ 25.0 (▲ 40.0) | ▲ 5.0 | ▲ 50.0 | ▲ 25.0 |

(注1) 表中の()内は前回調査における当期見通し。

5. 経営判断

【ポイント】

設備投資の実施状況をみると、「実施した」企業の割合は2半期ぶりに減少した。在庫状況は、「過剰」とみる企業の割合が4半期ぶりに増加した。雇用状況は、「不足」とみる企業の割合が2半期連続で増加した。

【2022年度上期(当期)実績】

(1)設備投資

当期の設備投資の実施状況をみると、「実施した」企業の割合は31.4%と前期に比べ4.1ポイント減少(35.5%→31.4%)した。一方、「実施しない」企業の割合は66.7%と同5.0ポイント増加(61.7%→66.7%)した。

(2)在庫状況

当期の在庫状況をみると、「過剰」とみる企業の割合は9.5%と前期に比べ3.5ポイント増加(6.0%→9.5%)した一方、「不足」とみる企業の割合は6.4%と同1.2ポイント減少(7.6%→6.4%)した。「適正」とみる企業の割合は77.5%と同1.6ポイント減少(79.1%→77.5%)した。

(3)雇用状況

当期の雇用状況をみると、「過剰」とみる企業の割合は4.2%と前期に比べ0.4ポイント増加(3.8%→4.2%)した一方、「不足」とみる企業の割合は43.8%と同1.2ポイント増加(42.6%→43.8%)した。「適正」とみる企業の割合は48.7%と同0.6ポイント減少(49.3%→48.7%)した。

【2022年度下期(来期)見通し】

(1)設備投資

来期の設備投資見通しをみると、「実施する」企業の割合は31.9%と、前回見通し(30.0%)に比べ1.9ポイント増加し、「実施しない」企業の割合は43.7%と、同(41.6%)に比べ2.1ポイント増加する見通し。

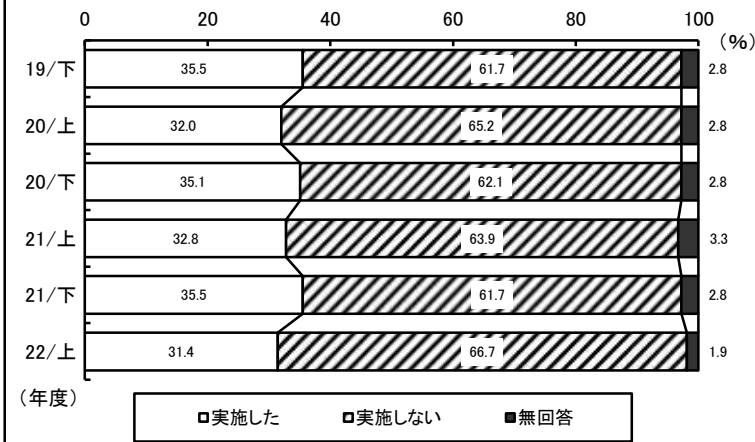
(2)在庫状況

来期の在庫状況見通しをみると、「増やす」企業の割合が5.9%と、前回見通し(6.6%)に比べ0.7ポイント減少し、「減らす」企業の割合は10.7%と、同(9.1%)に比べ1.6ポイント増加する見通し。

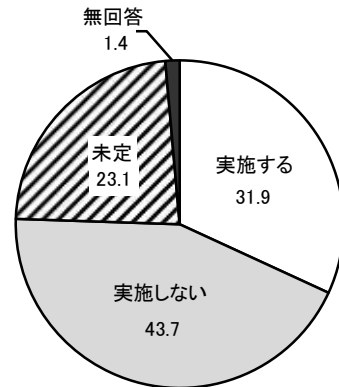
(3)雇用状況

来期の雇用状況見通しをみると、「増やす」企業の割合が38.5%と、前回見通し(41.6%)に比べ3.1ポイント減少し、「減らす」企業の割合は3.8%と、同(2.0%)に比べ1.8ポイント増加する見込み。

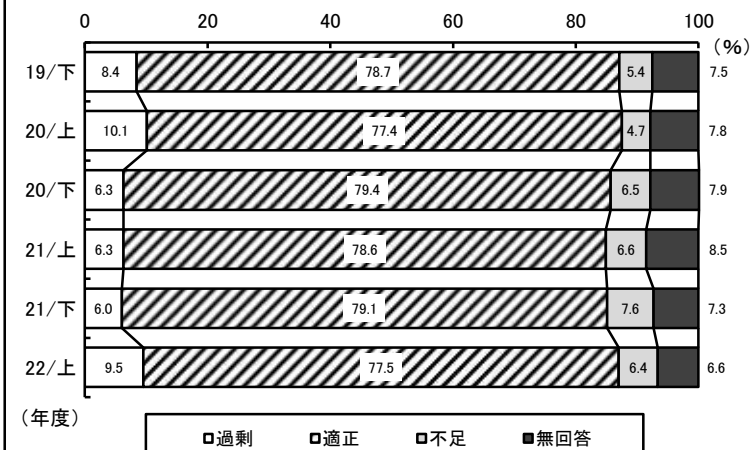
(図表20-1)設備投資の実施状況の推移



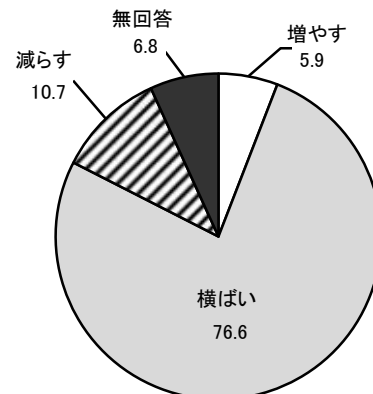
(図表20-2)2022年度下期の設備投資見通し



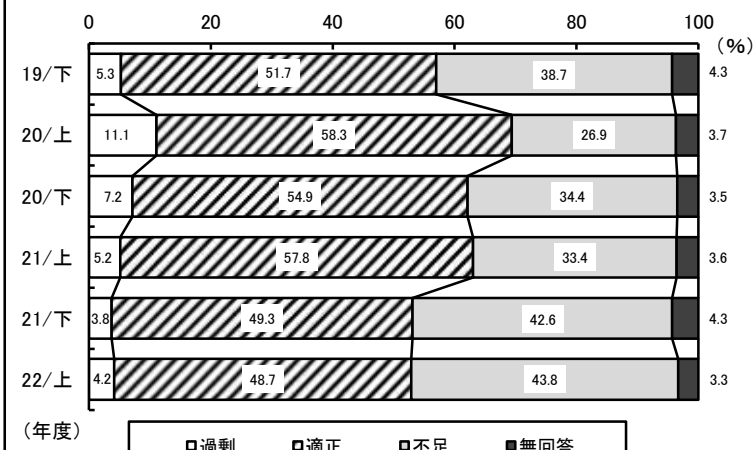
(図表21-1)在庫状況の推移



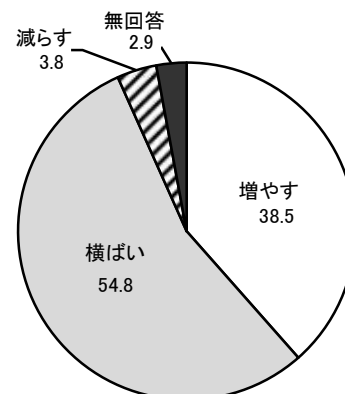
(図表21-2)2022年度下期の在庫見通し



(図表22-1)雇用状況の推移



(図表22-2)2022年度下期の雇用見通し



6. 2022 年度下期の展望

【ポイント】

来期のプラス要因として「売上増加」を挙げる企業の割合が減少し、マイナス要因として「仕入価格の上昇」を挙げる企業の割合が増加した。
来期について、「プラス要因が強い」とみる企業の割合が2半期ぶりに減少し、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合が2半期連続で減少した。一方、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が2半期ぶりに増加した。

【業績伸長(回復)のためのプラス要因】(3項目以内の複数回答)

2022 年度下期のプラス要因として、「売上増加」(78.3%)を挙げる企業の割合が最も高く、次いで、「販売価格の上昇」(49.6%)、「自社の技術力・個性の発揮」(32.8%)となった。

前回調査と比べ、「売上増加」は 4.6 ポイント、「自社の技術力・個性の発揮」は 2.9 ポイントそれぞれ減少した一方、「販売価格の上昇」は 3.2 ポイント増加した。

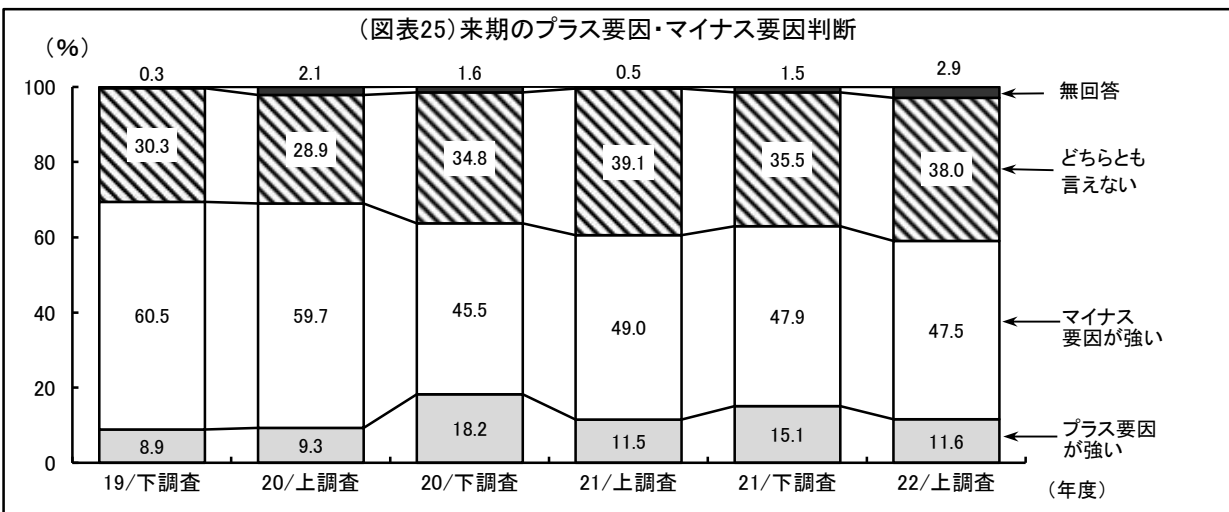
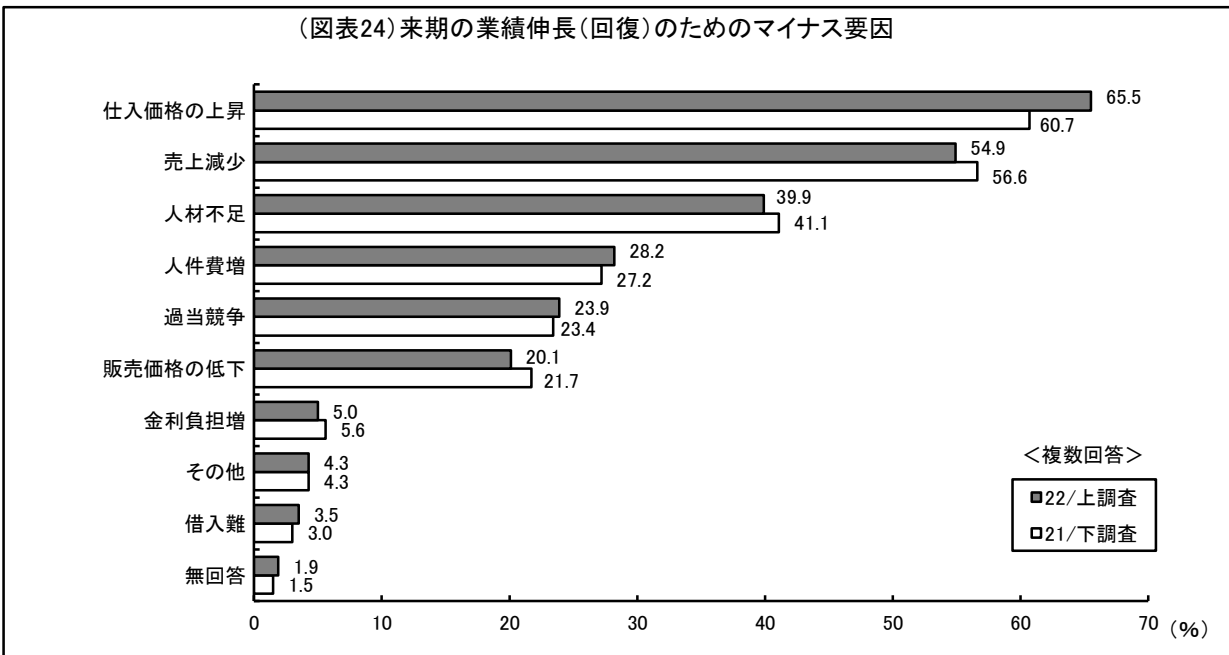
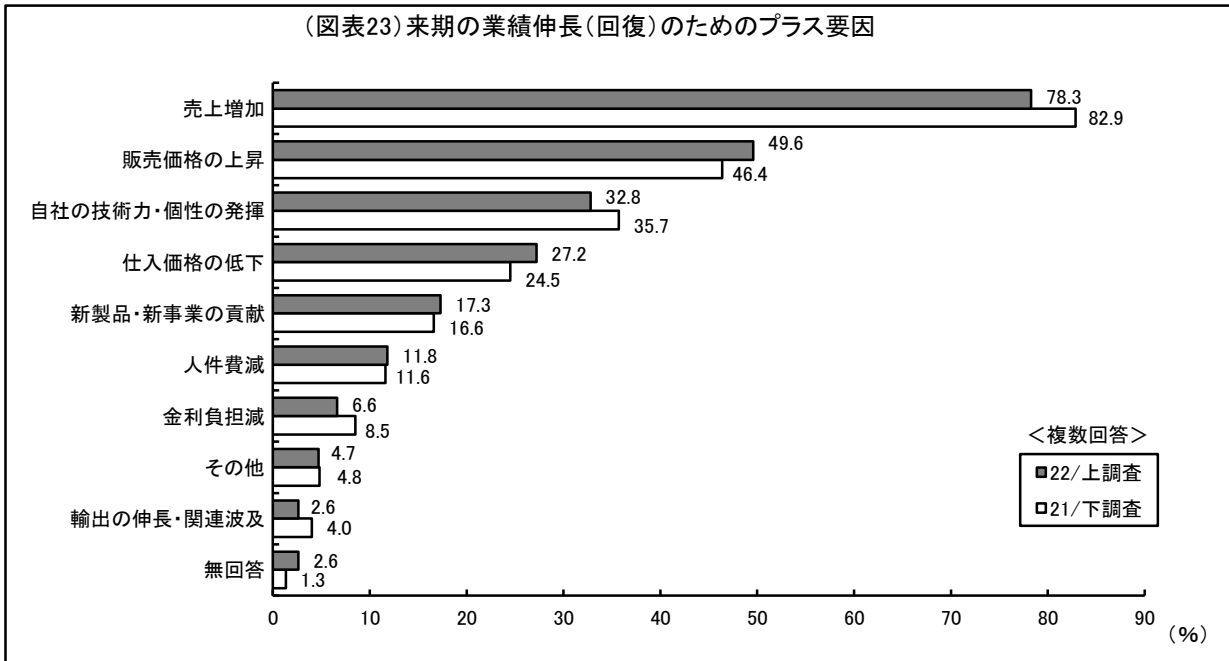
【業績伸長(回復)のためのマイナス要因】(3項目以内の複数回答)

2022 年度下期のマイナス要因として、「仕入価格の上昇」(65.5%)を挙げる企業の割合が最も高く、次いで、「売上減少」(54.9%)、「人材不足」(39.9%)と高くなった。

前回調査と比べ、「売上減少」は 1.7 ポイント、「人材不足」は 1.2 ポイントそれぞれ減少した一方、「仕入価格の上昇」は 4.8 ポイント増加した。

【プラス要因・マイナス要因判断】

「プラス要因が強い」とみる企業の割合は 11.6%と前回調査に比べ 3.5 ポイント、「マイナス要因が強い」とみる企業の割合は 47.5%と同 0.4 ポイントそれぞれ減少した一方、「どちらとも言えない」とみる企業の割合が 38.0%と同 2.5 ポイント増加した。



7. 特別調査 ～脱炭素化に向けた取り組みについて～

○調査の目的

2020年、日本政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにするカーボンニュートラルを目指すことを宣言し、その実現に向けて、企業においても脱炭素化を目指す取組が求められている。そこで今回は、脱炭素化に向けた自社の取り組みについて調査した。

【ポイント】

脱炭素化に向けた自社の取組方針について、「できる限り取り組む」(40.4%)と回答した企業の割合が最も高く、次いで「取り組まざるを得ない範囲で取り組む」(37.8%)となった。一方、「積極的に取り組む」と回答した企業の割合は3.8%となった。

脱炭素化に向けた自社の取組状況について、「排出量の削減につながる具体的施策・取組を実行している」と回答した企業の割合は16.4%であった。一方、選択肢に挙げた取組について「いずれもあてはまらない」と回答した企業の割合が72.1%と最も高くなった。

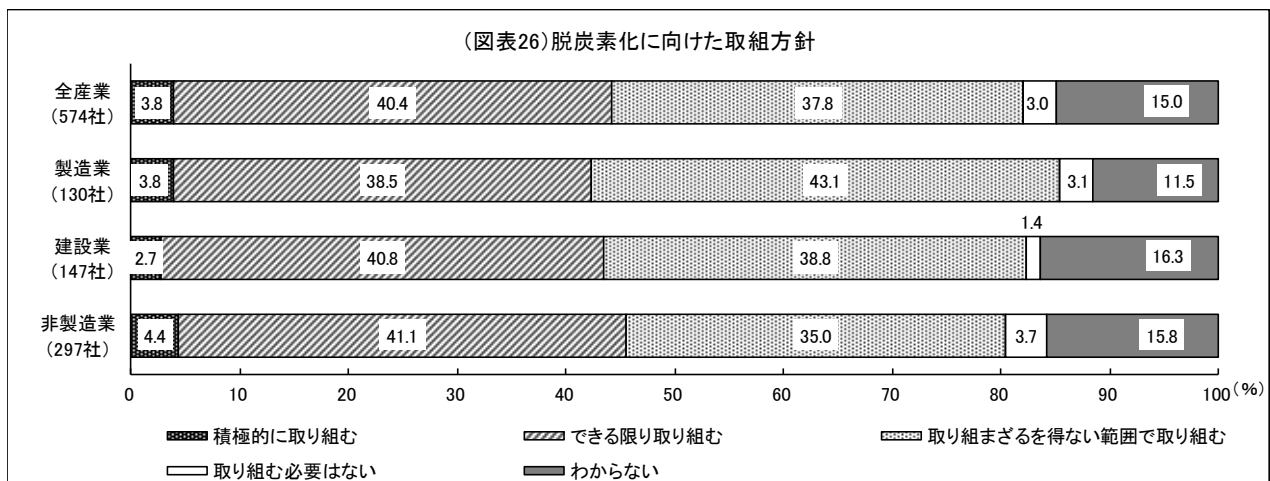
脱炭素化に取り組むうえでの課題について、「どのレベルまで対応すべきかわからない」(50.5%)と回答した企業の割合が最も高く、次いで「ほかに優先すべきことが多く取組が困難」(39.7%)、「必要となるノウハウ・人員が不足」(36.3%)となった。

脱炭素化に取り組むうえで期待する支援策について、「補助金・助成金制度」(63.9%)と回答した企業の割合が最も高く、次いで、「優遇税制」(42.5%)、「情報提供(国や業界の動向)」(35.2%)となった。

【脱炭素化に向けた取組方針】

脱炭素化に向けた自社の取組方針について、「できる限り取り組む」と回答した企業の割合が40.4%と最も高く、次いで「取り組まざるを得ない範囲で取り組む」と回答した企業の割合が37.8%となった。一方、「積極的に取り組む」と回答した企業の割合は3.8%となった。

業種別にみると、製造業では「取り組まざるを得ない範囲で取り組む」(43.1%)が「できる限り取り組む」(38.5%)よりも回答した企業の割合が高く、建設業と非製造業では「できる限り取り組む」(建設業40.8%、非製造業41.1%)が「取り組まざるを得ない範囲で取り組む」(建設業38.8%、非製造業35.0%)よりも回答した企業の割合が高くなった。



【 脱炭素化に向けた取組状況 】

脱炭素化に向けた自社の取組状況について、温室効果ガスの「排出量の削減につながる具体的施策・取組を実行している」と回答した企業の割合は 16.4%となった一方、選択肢に挙げた取組について「いずれもあてはまらない」が 72.1%と回答した企業の割合が7割を超えて最も高くなった。

業種別にみると、「排出量の削減につながる具体的施策・取組を実行している」の回答した企業の割合は、非製造業が 18.8%と最も高く、次いで建設業が 16.7%、製造業が 10.5%となった。また、脱炭素化に向けた体制整備についてみると、「自社の温室効果ガス排出量を把握している」が 5.2%、「排出量の削減目標を設定している」が 5.2%、「排出量の削減計画を策定している」が 5.2%、「脱炭素化を推進する部署や担当者を定めている」が 5.0%にとどまり、いずれも製造業が他の業種よりも回答した企業の割合が高くなった。

(図表27) 脱炭素化に向けた取組状況
 <業種別・当てはまるもの全て回答>

| | (%) | | | |
|----------------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | 全産業 (556社) | 製造業 (124社) | 建設業 (144社) | 非製造業 (288社) |
| 排出量の削減につながる具体的施策・取組を実行している | 16.4 | 10.5 | 16.7 | 18.8 |
| 自社の温室効果ガス排出量を把握している | 5.2 | 8.9 | 3.5 | 4.5 |
| 排出量の削減目標を設定している | 5.2 | 5.6 | 4.2 | 5.6 |
| 排出量の削減計画を策定している | 5.2 | 7.3 | 5.6 | 4.2 |
| 脱炭素化を推進する部署や担当者を定めている | 5.0 | 6.5 | 5.6 | 4.2 |
| 上記のいずれもあてはまらない | 72.1 | 75.0 | 72.2 | 70.8 |

(注)シャド一部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【 脱炭素化に取り組むうえでの課題 】

脱炭素化に取り組むうえでの課題について、「どのレベルまで対応すべきかわからない」と回答した割合が 50.5%と最も高く、半数の企業が回答した。次いで、「ほかに優先すべきことが多く取組が困難」が 39.7%、「必要となるノウハウ・人員が不足」が 36.3%、「コストに見合ったメリットが少ない」が 33.5%と、3割以上の回答割合となった。

業種別にみると、製造業、建設業、非製造業とも「どのレベルまで対応すべきかわからない」が最も高く、非製造業(52.1%)は半数以上の企業が回答した。そのほか、製造業では「ほかに優先すべきことが多く取組が困難」(45.2%)が4割を超え、他の業種よりも高く、建設業では「必要となるノウハウ・人員が不足」(38.2%)、「コストに見合ったメリットが少ない」(38.9%)が他の業種よりも高くなった。

(図表28) 脱炭素化に取り組むうえでの課題
 <業種別・当てはまるもの全て回答>

| | (%) | | | |
|--------------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | 全産業 (555社) | 製造業 (124社) | 建設業 (145社) | 非製造業 (286社) |
| どのレベルまで対応すべきかわからない | 50.5 | 48.4 | 49.3 | 52.1 |
| ほかに優先すべきことが多く取組が困難 | 39.7 | 45.2 | 39.6 | 37.5 |
| 必要となるノウハウ・人員が不足 | 36.3 | 34.7 | 38.2 | 36.1 |
| コストに見合ったメリットが少ない | 33.5 | 35.5 | 38.9 | 29.9 |
| 規制やルール等が複雑でわかりにくい | 26.6 | 30.6 | 30.6 | 22.9 |
| 設備投資・運営コストの資金対応が困難 | 19.4 | 25.8 | 13.9 | 19.4 |
| 取引先や従業員の理解を得るのが困難 | 7.2 | 6.5 | 11.8 | 5.2 |
| その他 | 3.2 | 4.8 | 2.8 | 2.8 |

(注)シャド一部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

【 脱炭素化に取り組むうえで期待する支援策 】

脱炭素化に取り組むうえで期待する支援策について、「補助金・助成金制度」と回答した企業の割合が63.9%と最も高く6割を超える企業が回答した。次いで「優遇税制」(42.5%)が4割を超え、「情報提供(国や業界の動向)」(35.2%)が3割を超える回答割合となった。

業種別にみると、製造業、建設業、非製造業とも「補助金・助成金制度」が最も高く、製造業(70.0%)は7割の企業が回答した。そのほか、製造業では「優遇税制」(51.7%)が5割を超え、他の業種よりも高く、建設業では「情報提供(国や業界の動向)」(36.6%)、「情報提供(新技術、新素材等)」(30.3%)が他の業種よりも高く、非製造業では「セミナー・研修会・相談窓口」(32.4%)が他の業種よりも高くなった。

(図表29)脱炭素化に取り組むうえで期待する支援策
 <業種別・当てはまるもの全て回答>

| | (%) | | | |
|-----------------|---------------|---------------|---------------|----------------|
| | 全産業 (546社) | 製造業 (120社) | 建設業 (142社) | 非製造業 (284社) |
| 補助金・助成金制度 | 63.9 | 70.0 | 58.5 | 64.1 |
| 優遇税制 | 42.5 | 51.7 | 39.4 | 40.1 |
| 情報提供(国や業界の動向) | 35.2 | 30.8 | 36.6 | 36.3 |
| セミナー・研修会・相談窓口 | 28.2 | 22.5 | 24.6 | 32.4 |
| 情報提供(新技術、新素材等) | 25.1 | 25.8 | 30.3 | 22.2 |
| 人材育成の支援 | 15.8 | 19.2 | 16.2 | 14.1 |
| 専門家派遣 | 10.8 | 16.7 | 8.5 | 9.5 |
| 技術開発の支援 | 6.8 | 8.3 | 8.5 | 5.3 |
| 取組企業に対する認定・表彰制度 | 5.1 | 4.2 | 9.2 | 3.5 |
| その他 | 2.9 | 4.2 | 2.1 | 2.8 |

(注)シャドー部分は、各項目について最も大きい業種の数値。

8. 経営者の声

経営者の皆様より、自社および業界で「最近変化した」あるいは「目立った」動きについて、多数のコメントをいただきましたので、その一部を紹介させていただきます（なお、趣旨が変わることのないように、一部当方で編集した部分があります）。

【 製造業 】

- ・ 本年より原材料の原産国表記が必要になったためか、売上が減少している。(食料品製造業)
- ・ コロナが少し収まり、その後過去最高になり、また少しずつ収まっての繰り返しで、観光関係企業は全く先が見えない状態でどうしていけばよいのか。(食料品製造業)
- ・ LED 化を実施した。(繊維品製造業)
- ・ 競合会社の減少で注文が増加したが、製造能力の限界を感じている。単価アップが必須。(繊維品製造業)
- ・ 短期間で業界の再編頻度が多い。(繊維品製造業)
- ・ ウッドショックも解消されつつあり、国産材の価格も下落傾向。コロナで先行き不透明感があり住宅着工件数が減少している。国産材を使用した補助金をもっと出してほしい。(木材・木製品製造業)
- ・ 全ての分譲住宅、注文住宅に太陽光発電システムを搭載するようにしている。(木材・木製品製造業)
- ・ 原材料の価格高騰が例年にないレベル。(パルプ・紙・紙加工品製造業)
- ・ 安全対策が厳しくなった。(鉄鋼業)
- ・ 中期的な計画を立てることがかなり難しくなってきた。変動幅が大きく、変動するタイミングが急で対応が難しい。(金属製品製造業)
- ・ 材料・部品の値上がりと納期遅れで製造計画に遅れが生じている。(金属製品製造業)
- ・ 取引先より、手形支払からでんさいネットの利用への切り替えについてアンケートがあった。また、インボイス登録について質問があった。(金属製品製造業)
- ・ 電気料金等、特にインフラにおける費用負担が経営を圧迫させている。(一般機械器具製造業)
- ・ 半導体不足に起因するあらゆる部品の納期長期化により、製品製作期間の長期化と生産数が減少となり売上が増加しない状態が続いている。(一般機械器具製造業)
- ・ 材料の急激な価格上昇による値上げの連絡が毎月のようにある。どこかで建築関係の注文がとまる恐れがある。(一般機械器具製造業)
- ・ トラックメーカーのリコール問題や半導体等の部品不足により、シャーシ搬入の遅れが発生し、当初計画から下方修正を余儀なくされている。(自動車・同付属品製造業)
- ・ 部品供給が困難となり納期が大幅に遅延。(その他の製造業)
- ・ コロナ禍における叙勲伝達方法の変更。祝賀会等の自粛が影響。(その他の製造業)
- ・ 自動車向けの配線部品について、県外からの問い合わせが増加してきている。(その他の製造業)
- ・ 中国の輸出規制、ロシアのウクライナ侵攻による肥料原料の価格が大幅高騰。(その他の製造業)
- ・ パチンコ・パチスロ用実装基板で、保安通信協会の審査遅延により生産が増減し生産計画の見直しが多々ある。(その他の製造業)
- ・ CO₂排出量の問い合わせが増えてきている。自動車分野は回復基調の情報。(その他の製造業)
- ・ 補修工事中心より新設工事の仕事が増えてきている。(その他の製造業)

【 建設業 】

- ・現場において IT 化に伴う情報の共有が進んでいる。社内業務も同様で、データや情報が膨大になり、整理、管理の作業に時間や手間が掛かる。システム化が進むがアナログな作業も必要不可欠。今は、システムを社内構築で対応しており、今後クラウドを中心に進めると思うが、建設業の中小企業が取り組んでいる参考事例があれば紹介頂きたい。
- ・大手メーカーからの注文量が減少している。メンテナンス費用削減などにより減少していると想定するが、減った仕事量を各社が競争している状況である。
- ・仕入価格の高騰により商品の販売価格も高騰。ユーザーの購入意欲が下がっている。
- ・外国人実習生の増員による人材不足の解消。
- ・人材不足であることから外注費を抑え、自社施工を目指す。
- ・昨年に比べて民間の建設工事(新設・改築等)が少しずつ増えているように感じる。官・民工事共に(4週8休)工事が増えており、末端で働く日給制の労働者の収入が減っているという話をよく耳にする。弊社は4週8休工事の場合、請負金額に1割乗せて受注している。
- ・伊勢市内の店舗、営業所を統合し経費削減。志摩市の津波対策として高台で至便な土地に宅地造成 12 区画 12 月完成、販売開始。
- ・ウッドショックなどによるコスト上昇が最大のマイナス要因。
- ・メーカーの値上げが予定されており、値上がり分をこれから施主と協議していく、あるいは事前に説明しておく必要がある。
- ・建設資材もすべて高くなり、見積の有効期間を設定する様になってきた。毎日値上りしている状況。
- ・特許を取得した。特許を商品化してもらえ企業とビジネスマッチングを行い、商品を流通していきたい。
- ・コロナ以降のウッドショックなどの値上げで、仕入価格高騰による粗利益の減少が強く、今後、商品の値上げのタイミングが難しい状況。
- ・洋上風力発電設備の製作に参加している。
- ・コロナ禍による部材高騰。若い世代の建築業界希望従事者減少。女性のものづくりへの参入が増加傾向。
- ・目立つ動きは仕入価格がかなり上昇。それに合う価格の見積は受けてもらえないので大変困る。
- ・鋼材、副資材価格の高騰が続く中、民間工事では物価スライド条項がない事が多いため、ゼネコンとの価格交渉が難航している。民間工事案件は大型物件が多く、工期が長いため出来高が上がらない。
- ・SDGs への取り組みを表明する企業が増えてきている。
- ・資材・機器類等の価格上昇と納期延長(遅れ)が増えている。特に、一部機器では発注しても納期回答がないなど、受注や工事に影響が出ている。
- ・生コン業界では、2023 年1月より販売価格が契約ベースではなく出荷ベースへと変わる。セメント製造に使用する石炭の値上げで、今までにないセメントの値上げがある。
- ・原材料高騰をそのまま価格転嫁できず、経営が厳しい。
- ・建設資材の高騰が続き、半年先の引渡し物件の契約価格が決められない状況。
- ・資材全ての価格高騰によって、価格交渉が難しい状況となっている。利益確保のために、見えない経費を抑える努力と価格交渉を根気よく行っている。この先、設備投資企業の新規案件が、価格高騰によって保留や延期、中止などの事態悪化が拡大することを非常に懸念している。
- ・モーター関連機器の納期が約束出来ない。
- ・半導体不足の影響を受け客先の生産台数が減少。設備投資の予算も削られ弊社にも影響が出ている。

【 非製造業 】

- ・ 家畜の飼養管理でカシューナッツ殻液の給与を行い、メタン発酵を抑制している。えさの高騰が業績を圧迫している。(農業)
- ・ 燃料費の高騰が目立っていたが、やや落ち着いてきた印象である。(道路運送業)
- ・ 荷動きが悪く入荷が多いため、在庫が過剰になっていて困っている。輸送も減少している。(道路運送業)
- ・ 自動車メーカーのリコールの影響によりトラックを購入できず困っている。(道路運送業)
- ・ 軽油単価が高止まりし、非常に苦しい。(道路運送業)
- ・ 業界的には、輸出国に中国が入ってきたことが驚いている。(鉱物・金属材料卸売業)
- ・ コロナ禍の影響からの脱却が難しい。ここに来て尚、様々な問題点と対峙していることが大きな不安材料となっている。(鉱物・金属材料卸売業)
- ・ ウクライナ問題や円安により仕入価格が高騰し、利益率が低下。飼料高により取引先が廃業。(その他の卸売業)
- ・ 新車販売低迷の影響が大きい。(その他の卸売業)
- ・ 仕入価格は高騰しているが、過当競争の為、販売価格に転嫁しきれていない。取引先の倒産が増加傾向にある。(その他の卸売業)
- ・ 引き続き青果物の消費が鈍い。(その他の卸売業)
- ・ 他の業種同様、食品業界でもコロナ禍およびロシアのウクライナ侵攻の影響による、相場の高騰や輸送の混乱などを原因とする価格改定(値上げ)が相次いでいる。(その他の卸売業)
- ・ 求人難。コロナ助成金の関係で逆に人の流動性が低くなっているのではないか。資材価格が高騰。(その他の卸売業)
- ・ 輸送コスト、労務コストが年々増加しているが、価格転嫁に繋がっていない。石炭や原油の高騰により、セメント価格が昨年の 1.5 倍に。セメントが今年4月、10月に2回の値上げ。生コンは早くも11月頃、遅くて来年1月には値上げ。セメント製品、左官材、コンクリート二次製品なども値上げ必須である。値上げにより、取引先からの相見積もりが増加し、売上増となっても利益減になる可能性大。(その他の卸売業)
- ・ 2022年度、5月に1店舗、6月に1店舗を運営継承した。(その他の小売業)
- ・ 業界としては、コロナ禍で以前と違う製品の売上が伸びた企業が多かったが、今後も引き続き需要が増えるかは懐疑的。弊社としては、2018年の水準まで売上を戻せるかが課題。今までの製造品以外の製品開発に取り組み、他業界への進出を視野に入れる。(その他の小売業)
- ・ 分解整備業から特定整備業へ移行となり検査基準等見直し令和6年10月から施行される。各整備事業者とも、どこまで設備投資が必要なのか具体的に理解ができず、大変困っている。(その他の小売業)
- ・ 少しずつコロナの影響が減ってきていて、第7波はあまり影響が出ず、数字は落ちなかった。アパレル全体として、弊社としても2020年、2021年と損失を出しているの、なんとか2022年、2023年は利益を出し、正常に戻したいと考えている。(その他の小売業)
- ・ 給油所は増販効果で増収増益となっている。自社給油所のセルフ化に着手した。フィットネス部門も緩やかではあるが回復基調に。新たな出店を計画している。(その他の小売業)
- ・ 少子化に対する国の取組が後退しているように感じる。人口減少が進み市場が小さくなっている。(その他の小売業)
- ・ 円安の進行による仕入価格の高騰。政府による燃料費補助の期間延長決定。(その他の小売業)
- ・ コロナ禍で落ち込んだ需要が回復せず、冠婚葬祭のイベントに関しては縮小が続いており、アフターコロナを見据えて我慢して店舗を継続するか思案している。損益分岐を下げるために人件費や広告宣伝費の抑制を行っているものの、現時点では赤字構造に陥っており、そこを耐え忍ぶか、いっそ撤退するかの瀬戸際に立たされている(近隣の同業者が本夏に撤退)。(その他の小売業)

-
- ・ 原材料、電気代、クローム酸など総て 30%値上りとなるも、価格転嫁できず悩んでいる。(その他の小売業)
 - ・ 仕入価格、生産コストの上昇に対する価格転嫁について、得意先の理解が進んだと思われる。(その他の小売業)
 - ・ お客様が増えて売上が伸びても、材料の高騰及び人件費の上昇で思ったより利益が出ていない。(飲食店)
 - ・ 電気代、水道代の固定費は必要経費であり高騰するのを堪えるしかないが、助成金を出してほしい。(飲食店)
 - ・ 不動産会社のうち、昨今、不動産、中古住宅の買取業者が増加している。(不動産業)
 - ・ 当社の土木事務所管内で二極化が進んでいる。(不動産業)
 - ・ 県民割の効果大。(旅館業)
 - ・ コロナ禍の長期化により先が見えない。資金繰りが大変で今年中に三重県でも倒産する同業者も出るかもしれない。金融機関の更なる支援をお願いしたい。(旅館業)
 - ・ 県民割、ブロック割の旅行支援。雇用調整助成金の延長、高付加価値事業の認可。(旅館業)
 - ・ 来年より、コロナ関連融資で据え置いた返済が始まるので資金繰りが心配である。(旅館業)
 - ・ 本年、2施設目の老人介護施設を名古屋市にオープンして売上は伸びている。(医療・保健衛生業)
 - ・ 年々求人がとれない。他業種も同じだろうか。(医療・保健衛生業)
 - ・ コロナの影響が少なからずあり、今後、特に濃厚接触者等の隔離期間がどのようになるのか。それによっては人員不足に陥る可能性がある。(医療・保健衛生業)
 - ・ 留学生の入国再開。(教育産業)
 - ・ 人材募集の広告を3社使用しているが、応募に至らず苦戦している。給与を引き上げざるを得ない。(その他のサービス業)
 - ・ 業界内では、従業員の高齢化が進み人手不足から業務を行うことが出来ない事業者も出ており二極化している。人材が豊富な事業者に業務が集中。(その他のサービス業)
 - ・ ガソリン価格の上昇により、無駄を省いて行動するようにしている。(その他のサービス業)
 - ・ 人材派遣業界の人材不足は慢性的であるが、外国人雇用を増やす動きが見られる。入国制限が緩和されつつあるので、今後こういった動きは加速すると見込まれる。(その他のサービス業)
 - ・ カーボンニュートラルにより、石油化学業界の事業縮小が懸念される。新規分野への参入が今後必要になる。(その他のサービス業)
 - ・ 引き続き衛生管理、清掃管理への期待が大きい。コロナ禍でさらに上向き。(その他のサービス業)
 - ・ 新規事業として児童発達支援スクールを8月よりオープンした。(その他のサービス業)
 - ・ 鋼材価格、資材が軒並み高騰。売上に反映され難い。人件費が毎年のように上昇。売上価格に折り込めず利益を圧迫している。(その他のサービス業)
 - ・ 材料費、燃料費などの物価高騰が進んでおり、先行きが不透明で読めない状況である。(その他のサービス業)
 - ・ 7月から価格改定に踏み切った。やはり一定の顧客離れがみられた。(その他のサービス業)
 - ・ コロナ禍においても需要増加(来場者の増加)。(その他のサービス業)
-

