

-業況感は先行きに明るい兆し。23年度の賃上げ実施は8割台半ばと高水準も、「人件費の増加」が負担に-

はじめに

長引く供給制約や海外からの受注減速により、生産活動がやや鈍化しているものの、新型コロナウイルスの影響が和らぎ経済活動が活発となっていることから、県内経済は持ち直しの動きが続いている。

こうしたなか、県内景気の現状と先行きを把握するため、県内企業1,000社を対象にアンケート調査を実施した。以下はその結果である。

01 業況感

(1) 2023年1-3月期実績

-業況感は2四半期ぶりに改善-

2023年1-3月期の県内企業の業況判断BSI^(※)は▲6.1となった(図表1)。22年10-12月期の▲12.6から6.5ポイント上回り、2四半期ぶりに改善した。

業種別にみると、製造業は▲13.6と、22年10-12月期に比べ2.4ポイント上昇した(図表2)。精密機械や化学などで低下したものの、鉄鋼や繊維などで上昇し、2四半期ぶりに改善した。

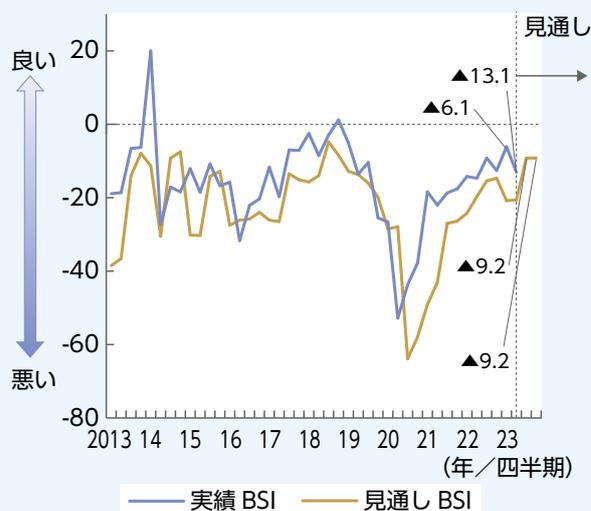
非製造業は▲0.6と、22年10-12月期に比べ9.6ポイント上昇した。運輸を除く全ての業種で上昇し、2四半期ぶりに改善した。特に、小売の上昇幅が大きかった。

(2) 23年4-6月期実績見込み

-製造業、非製造業とも悪化に転じる-

23年4-6月期(含む実績見込み)の県内企業

■ 図表1 業況判断BSIの推移(全産業)
(BSI)



(※) BSI(ビジネス・サーベイ・インデックス)とは、アンケートの回答結果を指数化したものである。本稿でのBSIとは、業況あるいは先行きの見通しなどが「良い」か「悪い」かという質問に対して「プラス(良い、過剰等)」、「中立(不変等)」、「マイナス(悪い、不足等)」の3つの選択肢を用意して、「プラス」と回答した企業の割合から「マイナス」と回答した企業の割合を差し引いた数値のことをいう。

の業況判断BSIは▲13.1となった。同1-3月期に比べ7.0ポイント下回った。

業種別にみると、製造業、非製造業とも業況感が悪化に転じ、2四半期ぶりの低下となった。製造業は▲18.6と、同1-3月期に比べ5.0ポイント低下した。特に、一般機械や輸送機械の低下幅が大きかった。なお、回答企業からは「在宅勤務用のパソコンやスマートフォンの特需は一巡し、低迷期にある」(精密機械)、「感染対策商品の注文が止まったため在庫が増加し、キャッシュフローが悪化している」(繊維)、「感染拡大時は国際物流が混乱し、国内製

品に切り替えが進んだものの、輸入品が調達できるようになり、受注が落ちている」(その他製造)のように、新型コロナウイルス禍で売り上げを伸ばしていた製品は、経済正常化に伴い需要が低下しているといった声があげられた。一方、「観光や外食産業向けの製品の売り上げが回復している」(食料品)、「工場設備や都市部のインフラの更新工事が進められており、電源に使われる電気機器の需要が拡大している」(電気機械)、「アフターコロナを見据え、航空機向け部品の受注が増えてきた」(その他製造)など、新型コロナウイルスの影響が和らぎ、国内を中心に需要が高まっているとの声も寄せられた。

非製造業は▲9.1と、同1-3月期に比べ8.5ポイント低下した。特に、建設と小売で大きく低下した。回答企業からは「全国旅行支援が終わってから旅行需要が弱まっており、予約が振るわない」(サービス)、「売り上げは回復に向かってはいるものの、雇用調整助成金をはじめとする補助・助成制度が縮小されており、採算が厳しい」(卸売)といった意見が寄せられた。一方、観光や飲食などサービス関連の企業を中心に「新型コロナウイルスの5類移行によって、法人や団体の利用が格段に増加した」(サービス)、「23年5月以降、旅客の入り込みが良くなった」(運輸)、「飲食店向けの地酒販売が回復傾向にある」(卸売)といった、新型コロナウイルスの5類移行に伴う業況改善をあげる意見も寄せられた。

(3) 23年7-9月期、23年10-12月期見通し -先行きは足元に比べ、やや改善する見込み-

先行きを示す見通しBSIは23年7-9月期が▲9.2、続く同10-12月期も▲9.2と、同4-6月期実績見込みに比べて上昇が見込まれている。

業種別にみると、製造業は23年7-9月期が▲10.9、同10-12月期は▲12.0と、同4-6月期実績見込みに比べて上昇が見込まれている。特に、輸送機械や一般機械の上昇幅が大きかった。回答企業からは「現在、半導体の調達難しい状況だが、改

■ 図表2 業況判断 BSI の推移 (業種別)



善に向かっている。受注は多いので今後、増産できそうだ」(電気機械)のように、足元で半導体をはじめ部品の供給遅延が続いているものの、先行きについては改善の兆しがみられている。

非製造業は23年7-9月期が▲8.0、同10-12月期は▲7.1と、同4-6月期実績見込みに比べて小幅ながら上昇が見込まれている。運輸で上昇が見込まれる一方、それ以外の業種は概ね横ばいで推移する見込みである。回答企業からは「利用客が増えるなか、今年度はタクシーの料金改定も予定されており、売上高は回復が見込まれる」(運輸)などの声がある一方、「ガソリン補助金が縮小されるため、消費者が必要最低限の給油にとどめ、販売数量は落ちる懸念がある」(小売)などの声も寄せられた。

02 仕入・販売価格

(1) 仕入価格

-6期ぶりに低下するも、水準は高い-

23年1-6月期(以下、今期)の仕入価格BSI(「上昇」-「低下」)は72.3と、22年7-12月期(以下、前期)から7.4ポイント低下した(図表3)。6期ぶりに前期を下回ったものの、高水準での推移が続いている。

業種別にみると、製造業は78.3と前期から12.4ポイント低下し、非製造業も67.9と前期を3.6ポイント下回った。上昇した業種は精密機械や鉄鋼、小売など4業種にとどまり、それ以外の業種で低下した。特に、木材・木製品の低下幅が大きく、ウッドショックが収束に向かい木材価格が下落したことが要因とみられる。

先行きを示す23年7-12月期（以下、来期）のBSIは64.6となり、今期に比べ7.7ポイント低下と、2期連続で低下する見込みである。

（2）販売価格

—わずかながら6期連続で上昇—

今期の販売価格BSI（「上昇」－「低下」）は前期から0.6ポイント上昇し、44.9となった（図表3）。わずかながら6期連続で前期を上回った。

業種別にみると、製造業は51.6と前期から1.0ポイント上昇し、非製造業も40.1と前期を0.6ポイント上回った。木材・木製品が大きく低下したものの、精密機械や一般機械などで上昇した。

来期のBSIは42.3となり、今期に比べ2.6ポイント低下と、7期ぶりの低下が見込まれている。

仕入価格や販売価格について回答企業からは「一時期に比べ、資材などの価格上昇の勢いは落ち着いている」（建設）、「業界全体で値上げが進んでおり、当社も価格転嫁ができた」（食料品）、「原材料や光熱料金、人件費の高騰からやむを得ず値上げしているものの、消費者の外食離れが心配であり、今後が不安である」（サービス）などの意見が聞かれた。

03 雇用

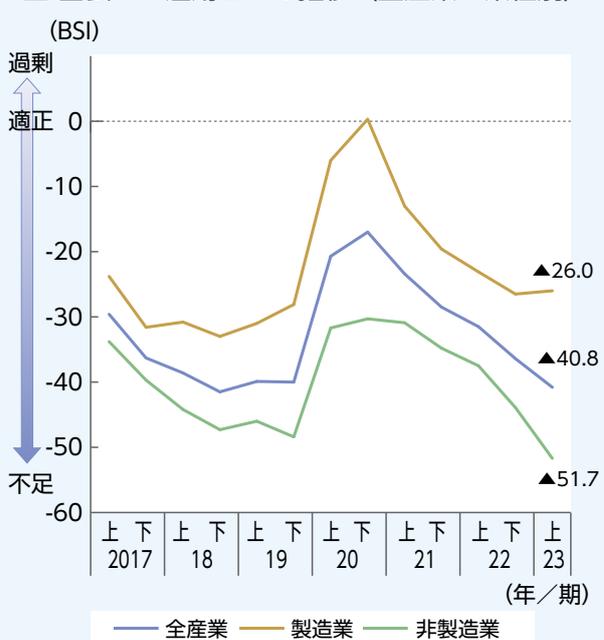
—非製造業は過去最低水準。人手不足がより深刻に—

正社員の充足状況を見ると、今期の雇用BSI（「過剰」－「不足」）は前期比4.4ポイント低下し、▲40.8となった（図表4）。5期連続の低下となり、企業の手不足感は一層強くなっている。

■ 図表3 仕入価格 BSI と販売価格 BSI の推移 (BSI)



■ 図表4 雇用 BSI の推移 (全産業・業種別) (BSI)



業種別にみると、製造業は前期比0.5ポイント上昇し、▲26.0となった。輸送機械や窯業土石、鉄鋼などで低下したのに対し、精密機械や木材・木製品などで上昇した。一方、非製造業は▲51.7となった。前期比7.8ポイント低下し、継続的に雇用BSIの調査を開始した1993年下期調査以来最も低い水準となった。運輸で小幅に上昇したものの、それ以外全ての業種で低下した。

04 設備投資

(1) 設備投資計画

ー23年度の設備投資額は前年度を上回る見通しー

2023年度における設備投資の実施割合(含む計画)は56.1%となり、22年度実績を2.1ポイント下回る見込みとなった(図表5)。実施割合を業種別にみると、製造業が67.9%、非製造業が48.1%となった。

23年度の設備投資額(含む計画)は、22年度実績比12.6%増と、前年度を上回る見込みとなった(図表6)。「原材料などの納入遅延から、22年度は工事延期が頻発した」(建設)のように、供給制約などで実施できなかった投資が今年度に持ち越された案件もあるとみられる。

業種別にみると、製造業は22年度実績比22.7%増となった。一般機械や鉄鋼、食料品などで増加幅が大きくなった。また、非製造業は同0.5%増となった。運輸や小売で減少しているのに対し、サービスや建設で投資額が大きく増加している。

(2) 設備投資の目的

ー「既存機械・設備の入れ替え」「省エネルギー、環境問題への対応」などが上昇ー

23年度における設備投資の目的をみると(複数回答)、「既存機械・設備の入れ替え」の割合が72.5%と最も高くなった(図表7)。以下「省力化・合理化」(27.8%)、「生産能力増大のための機械・設備導入」(26.1%)、「情報化(IT)投資」(23.7%)などの順となった。22年度実績と比べると、「生産能力増大のための機械・設備導入」「店舗・工場等の新設、増改築」などが低下した一方、「既存機械・設備の入れ替え」「省エネルギー、環境問題への対応」などが上昇した。

■ 図表5 設備投資の実施割合

(単位：%)

		実施割合		
		21年度実績	22年度実績	23年度計画
全産業		54.0	58.2	56.1
業種別	製造業	64.6	70.8	67.9
	非製造業	46.8	49.7	48.1
規模別	大企業	81.8	81.8	72.7
	中堅企業	70.4	70.4	66.7
	中小企業	52.5	57.0	55.1

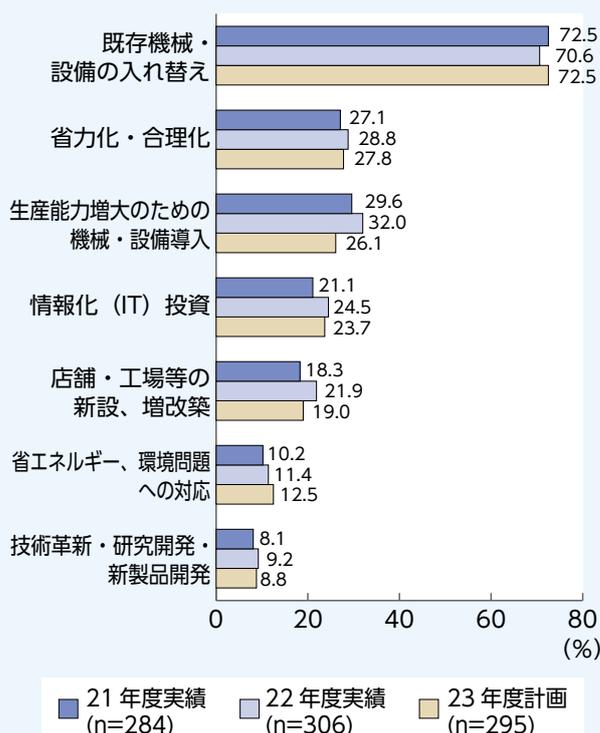
■ 図表6 設備投資額の前年度比増減率

(単位：%)

		前年度比増減率	
		22年度／21年度	23年度／22年度
全産業		6.8	12.6
業種別	製造業	0.8	22.7
	非製造業	15.0	0.5
規模別	大企業	22.9	30.2
	中堅企業	46.4	▲ 8.3
	中小企業	▲ 3.9	14.4

■ 図表7 設備投資の目的

(複数回答、上位項目のみ)



05 賃金

(1) 23年度の賃上げ

－ 「引き上げを実施」する企業は84.5%－

23年度における賃金改定の実施状況について尋ねたところ、「引き上げを実施」の割合は84.5%となり、県内企業で賃上げの動きが広がっていることが示された（図表8）。なお、「賃金改定を実施していない」は14.4%、「引き下げを実施」は1.2%となった。

(2) 賃金引き上げの内容

－ 「ベースアップ」の実施は54.7%－

23年度における賃金について「引き上げを実施」と回答した企業（500社）に、具体的な内容を尋ねたところ（複数回答）、「定期昇給」の割合が76.6%と最も高くなった（図表9）。一方、「ベースアップ」は54.7%、「賞与・一時金の実施、増額」は21.8%となった。

「ベースアップ」を実施した企業を業種別にみると、製造業（56.0%）、非製造業（53.7%）で大きな違いはなかったものの、化学（87.5%）、輸送機械（85.7%）、鉄鋼（71.4%）、運輸（70.6%）などで特に高くなった。

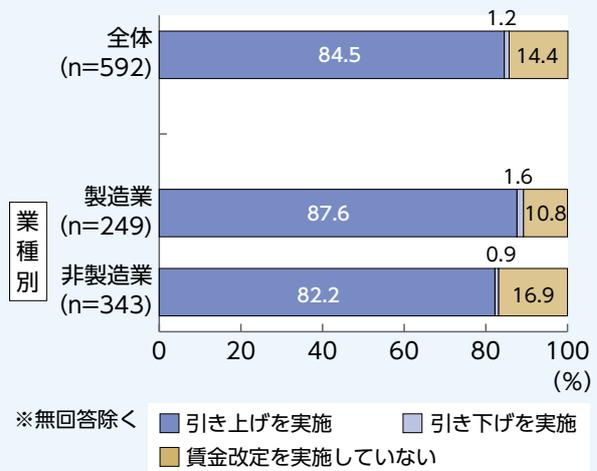
06 経営上の問題点

－ 「人件費の増加」が上昇－

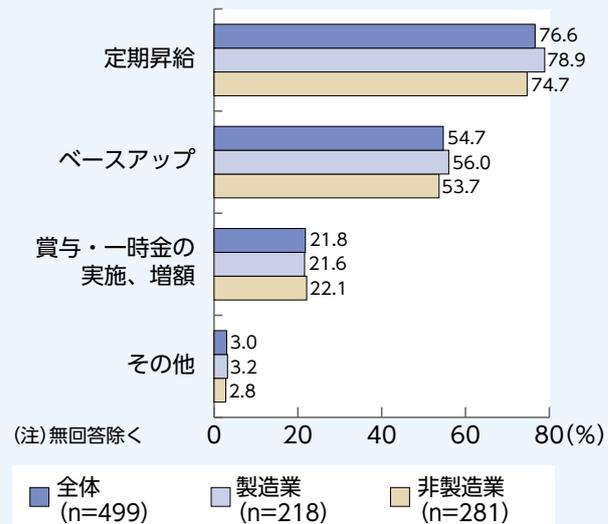
経営上の問題点を尋ねたところ（複数回答）、「仕入価格の上昇」（70.8%）と「人材不足」（62.3%）の割合が特に高くなった（図表10）。以下「生産・受注・売上の不振」（39.3%）、「先行き見通し難」（35.8%）、「人件費の増加」（33.0%）などの順となった。

22年下期調査と比べると、「仕入価格の上昇」などが低下した一方、「人件費の増加」が上昇した。「最低賃金の上昇が続き、負担が大きくなっている」（運輸）、「人件費の増加分は販売価格への転嫁が難しい」（金属製品）など、人件費の増加に苦慮する企業がみられる。

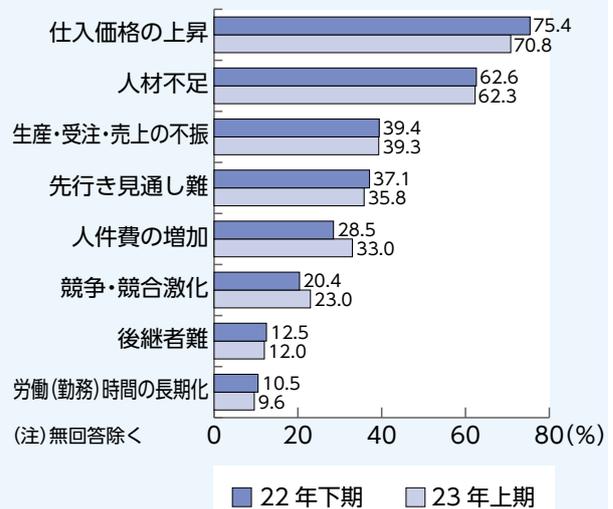
■ 図表8 23年度の賃金改定の実施状況（業種別）



■ 図表9 賃金引き上げの内容（複数回答、業種別）



■ 図表10 経営上の問題点（複数回答・上位項目のみ）



07 今後の事業戦略

－「既存の製品・サービスの高付加価値化」「新規顧客・販路の開拓」が高い－

今後、力を入れていきたい事業戦略を尋ねたところ（複数回答）、「既存の製品・サービスの高付加価値化」（51.3%）と「新規顧客・販路の開拓」（49.4%）の割合が特に高くなった（図表11）。以下「DX化推進（自動化、IoT、クラウドの導入など）」（38.7%）、「従業員教育、研修制度の充実」（38.2%）、「新たな製品・サービスの開発」（34.0%）などの順となった。

回答企業からは、自社の強みや特徴を見直し、今後を見据えた事業に取り組み、すでに成果が表れつつあるとの意見も寄せられた（図表12）。

まとめ

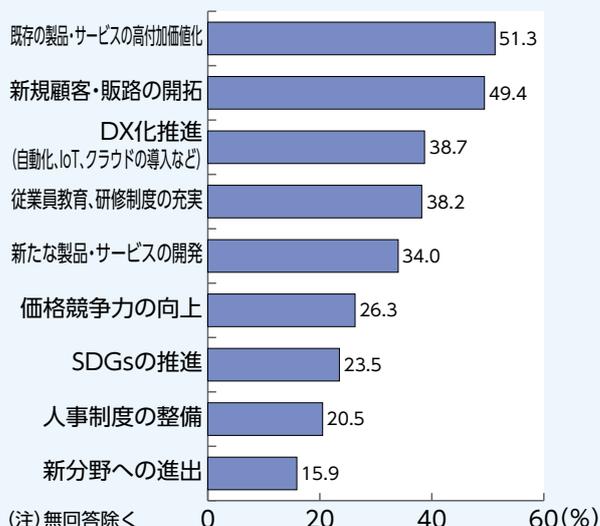
足元の業況感は横ばいで推移しているものの、先行きはやや上昇が見込まれており、県内経済には明るい兆しがみられる。

また、23年度に賃金の引き上げを実施する企業は8割台半ばとなるなど、県内でも賃上げの動きが広がっている。一方、経営上の問題点で「人件費の増加」が上昇しており、仕入価格などの高止まりが続くなか、賃金の引き上げは企業への負担が大きいことも示された。

こうしたなか、「店頭での販売が激減したことから、ECサイトに力を入れたところ、新型コロナウイルスの影響が緩和してきた現在でもECサイトでの販売は好調である」など、業績が苦しい状況にあっても先を見据えて新たな取り組みに着手し、成果が現れ始めている企業もみられた。新型コロナウイルス禍で変容した事業環境や人々の意識・行動をビジネスチャンスととらえ、新たな成長分野を育てていく企業が増えることを期待したい。

（2023年7月 近）

■ 図表11 今後の事業戦略
（複数回答・上位項目のみ）



■ 図表12 新たな事業などの取り組みについて寄せられた声

- ・店頭での販売が激減したことから、ECサイトに力を入れたところ、新型コロナウイルスの影響が緩和してきた現在でもECサイトでの販売は好調である（食料品）
- ・商品開発に注力し、ヒット商品が生まれた。他社比競争力のある商品として売り上げを伸ばしており、増産のため工場新設を予定している（食料品）
- ・新型コロナウイルスの影響で本業が不振となり、国の補助金制度を利用し、飲食業に参入した。今年度から利益が見込める程度になってきた（その他製造）

【調査の要領】

- 調査対象 … 県内事業所 1,000社
※事業所を含むが社と表記する
- 調査方法 … 郵送による記名アンケート方式
(回答は郵送とWebとの併用)
- 調査時期 … 2023年5月12日～5月31日
- 回答状況 … 回答事業所数 610社

（ 製造業	258社
（ 非製造業	352社

 有効回答率 61.0%