

# 第38回定期景況調査

(2021年7～9月期)

2021年9月

名古屋商工会議所

## 【第38回定期景況調査概要】

- ◎ 目 的 会員企業の景況を早期かつ的確に把握するため（四半期に一度実施）
- ◎ 調査時期 2021年8月17日～9月3日
- ◎ 調査方法 Webを活用したアンケート調査
- ◎ 回答企業 **845社**
- ◎ 回答企業の内訳

### 【企業規模】

小規模企業	562社	66.5%
中小企業	193社	22.9%
大企業	90社	10.7%

### 【従業員数】

～20人	562社	66.5%
21～50人	90社	10.7%
51～100人	50社	5.9%
101～300人	53社	6.3%
301～500人	22社	2.6%
501～1,000人	18社	2.1%
1,001～3,000人	30社	3.6%
3,001人以上	20社	2.4%

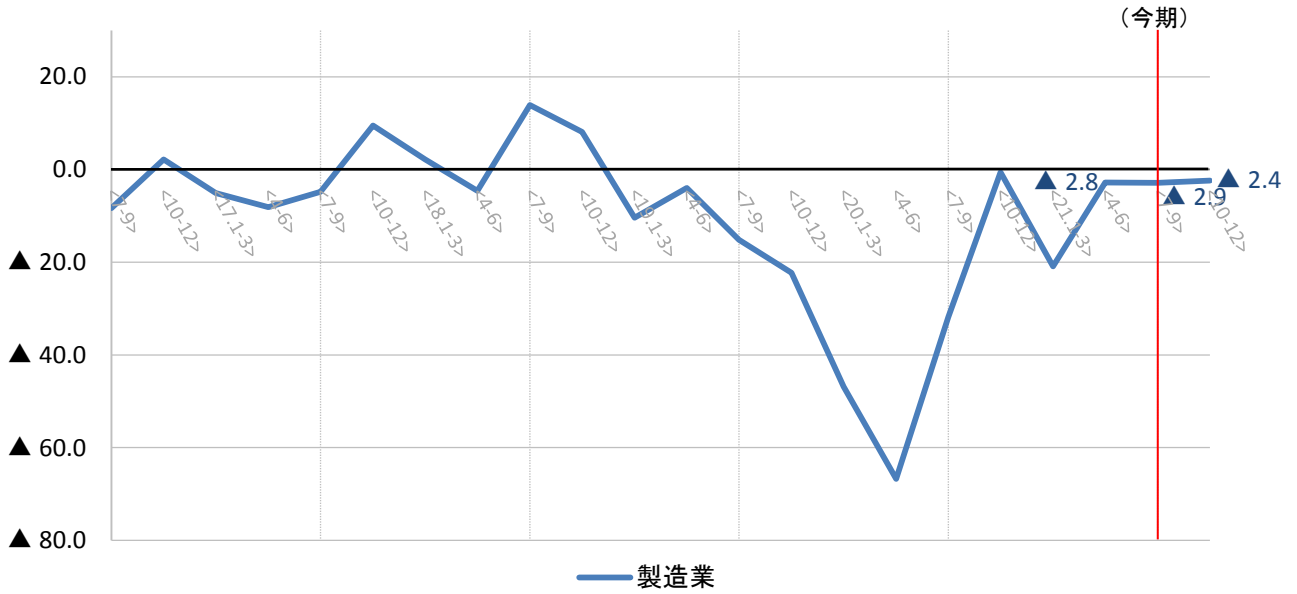
### 【業 種】

製造業	170社	20.1%
建設業	92社	10.9%
卸売業	101社	12.0%
小売業	56社	6.6%
サービス業	281社	33.3%
その他	145社	17.2%

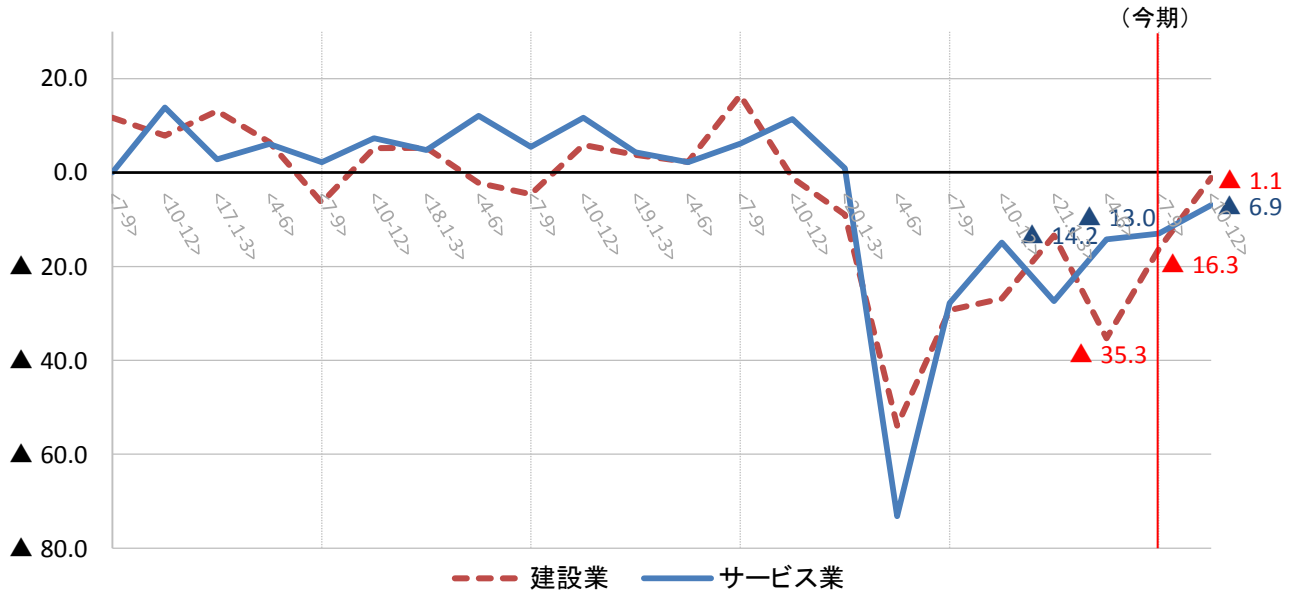
※ 割合は、四捨五入の関係で、合計値が100.0%にならないことがある。



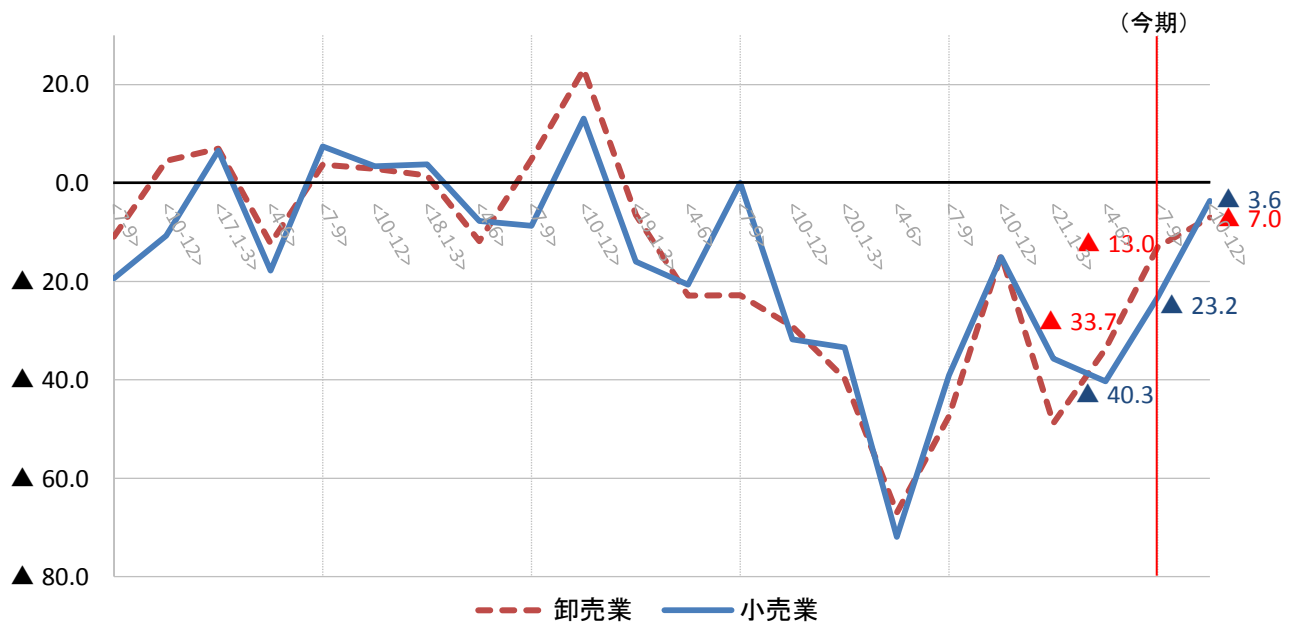
《製造業 業況DIの推移》



《非製造業①（建設業・サービス業）業況DIの推移》



《非製造業②（卸売業・小売業）業況DIの推移》



## 売上DI

売上高は、今期は前期と比べて増加し、来期も今期と比べて増加する見通し。

### 《売上DIの推移》

(「増加」-「減少」：%ポイント)

	2020.7-9	10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12
全産業	▲ 28.6	▲ 11.5	▲ 26.7	▲ 19.5	▲ 9.3	▲ 3.2
製造業	▲ 33.1	1.2	▲ 27.4	▲ 4.0	▲ 1.8	1.9
非製造業	▲ 27.4	▲ 15.2	▲ 26.6	▲ 23.6	▲ 11.1	▲ 4.5
建設業	▲ 29.0	▲ 22.0	▲ 17.3	▲ 39.3	▲ 16.3	▲ 2.2
卸売業	▲ 41.0	▲ 4.8	▲ 45.5	▲ 31.3	▲ 5.9	2.0
小売業	▲ 26.1	▲ 17.0	▲ 27.3	▲ 36.9	▲ 23.2	▲ 3.6
サービス業	▲ 24.6	▲ 15.9	▲ 32.0	▲ 15.4	▲ 10.9	▲ 5.9

## 仕入単価DI

仕入単価は、今期は前期と比べて上昇し、来期は今期と比べてほぼ横ばいで推移する見通し。

### 《仕入単価DIの推移》

(「上昇」-「下落」：%ポイント)

	2020.7-9	10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12
全産業	5.6	7.7	9.1	20.3	27.1	27.0
製造業	4.8	10.6	19.4	43.1	53.4	48.4
非製造業	5.8	6.8	6.2	14.1	20.6	21.7
建設業	5.0	10.2	18.8	29.7	44.6	38.1
卸売業	6.3	12.9	11.6	41.1	36.6	42.6
小売業	6.7	13.5	14.3	1.8	8.9	8.9
サービス業	5.1	3.0	▲ 0.4	7.5	12.7	15.3

## 採算DI

採算は、今期は前期と比べて好転し、来期も今期と比べて好転する見通し。

### 《採算DIの推移》

(「好転」-「悪化」：%ポイント)

	2020.7-9	10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12
全産業	▲ 31.9	▲ 14.9	▲ 27.6	▲ 22.6	▲ 18.9	▲ 11.2
製造業	▲ 34.4	▲ 3.4	▲ 20.9	▲ 13.6	▲ 15.6	▲ 11.4
非製造業	▲ 31.3	▲ 18.3	▲ 29.4	▲ 25.0	▲ 19.7	▲ 11.0
建設業	▲ 35.0	▲ 27.5	▲ 23.7	▲ 30.5	▲ 34.8	▲ 18.7
卸売業	▲ 44.8	▲ 13.1	▲ 39.7	▲ 36.5	▲ 16.0	▲ 13.0
小売業	▲ 28.9	▲ 26.9	▲ 41.1	▲ 38.2	▲ 32.1	▲ 10.7
サービス業	▲ 29.4	▲ 18.4	▲ 31.3	▲ 21.6	▲ 12.9	▲ 8.5

## 従業員DI

従業員の不足感は、今期は前期と比べて上昇し、来期も今期と比べて上昇する見通し。

### 《従業員DIの推移》

(「不足」-「過剰」：%ポイント)

	2020.7-9	10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12
全産業	▲ 0.5	4.9	6.7	6.6	10.5	14.4
製造業	▲ 11.8	3.3	5.4	6.2	10.9	15.2
非製造業	2.6	5.4	7.0	6.7	10.4	14.2
建設業	15.3	13.2	22.4	26.5	31.1	36.7
卸売業	2.1	8.1	▲ 5.7	▲ 5.8	4.0	12.0
小売業	▲ 6.6	0.0	1.9	0.0	3.7	7.4
サービス業	2.2	2.1	9.2	6.5	9.6	12.7

## 資金繰りDI

資金繰りは、今期は前期と比べて好転し、来期も今期と比べて好転する見通し。

### 《資金繰りDIの推移》

(「好転」-「悪化」：%ポイント)

	2020.7-9	10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12
全産業	▲ 18.0	▲ 11.3	▲ 16.5	▲ 12.4	▲ 11.4	▲ 8.7
製造業	▲ 19.7	▲ 10.6	▲ 16.7	▲ 11.9	▲ 4.7	▲ 3.0
非製造業	▲ 17.6	▲ 11.5	▲ 16.5	▲ 12.6	▲ 13.1	▲ 10.0
建設業	▲ 14.2	▲ 12.0	▲ 9.2	▲ 8.5	▲ 12.0	▲ 8.8
卸売業	▲ 20.0	▲ 11.1	▲ 23.8	▲ 10.5	▲ 7.9	▲ 4.0
小売業	▲ 9.1	▲ 15.7	▲ 16.4	▲ 19.6	▲ 25.5	▲ 18.1
サービス業	▲ 18.6	▲ 11.8	▲ 19.2	▲ 14.3	▲ 13.6	▲ 11.6

# 「設備などへの投資」に関する調査

## ＜「設備などへの投資」の実施（今年度・昨年度）＞

○「設備などへの投資」を実施する企業は58.1%であり、小規模企業が5割程度、中小企業が7割程度、大企業が8割程度であった。コロナの影響を大きく受けた昨年度と比較して、投資の規模を含めあまり変化は見られなかった。コロナの感染状況が思わしくない現状において、未だ投資に踏み切れない状況が続いていると思われる。

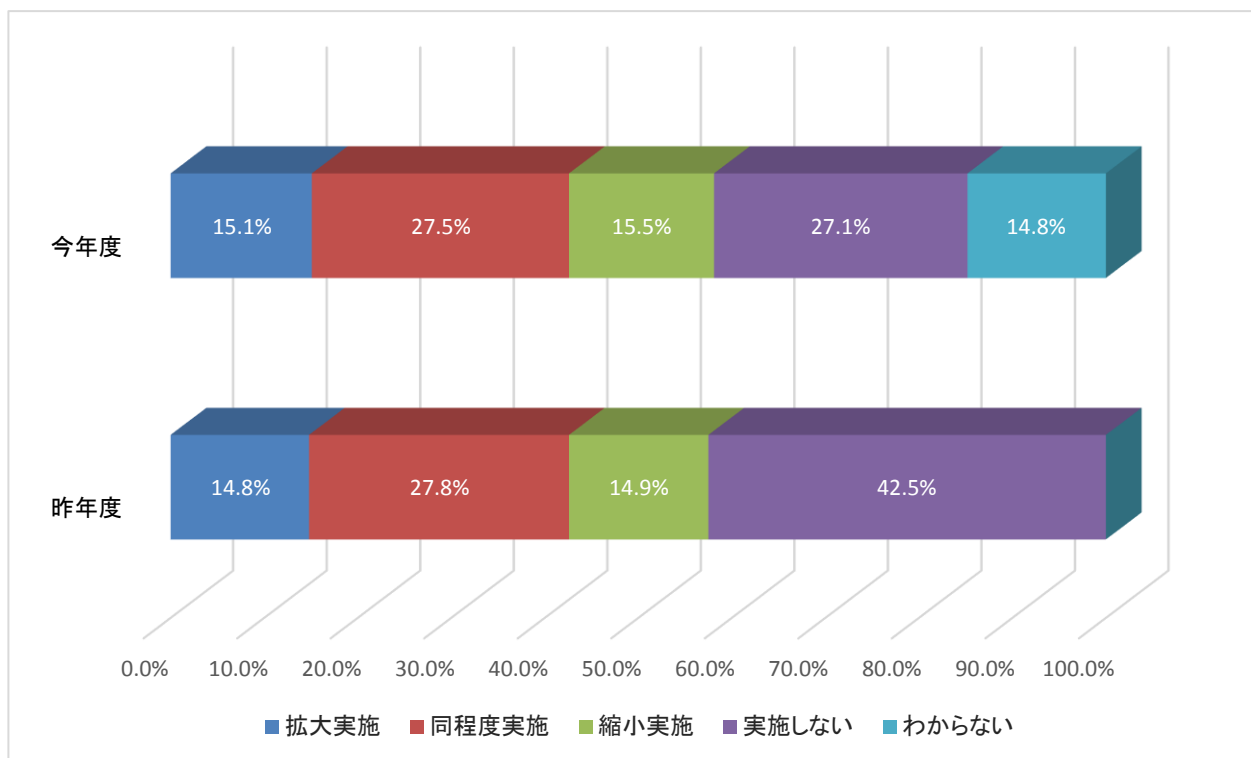
## ＜「設備などへの投資」の目的（今年度・昨年度）＞

○「設備などへの投資」の目的は、「既存設備の維持・更新」が42.4%と最も多く、次いで「IT活用・デジタル化」が35.4%、「合理化・省力化」が27.1%であった。また、小規模企業や小売業において「新製品の生産」が、中小企業や卸売業において「新分野への進出」が昨年度と比較して大きく増加した。昨年度は、今年度とほぼ同様の傾向を示したが、やはり「新型コロナウイルス感染症対策」が28.8%と多かった。

## ＜「設備などへの投資」を実施しない理由（今年度）＞

○「設備などへの投資」を実施しないと回答した企業にその理由を聞いたところ、「投資を実施する必要がないため」と回答した企業が半数程度あるものの、「コロナの影響等により売上が減少し、投資を実施する余裕がないため」と回答した企業が4割弱もあり、ここでも未だ投資に踏み切れない状況にあることを確認することができた。

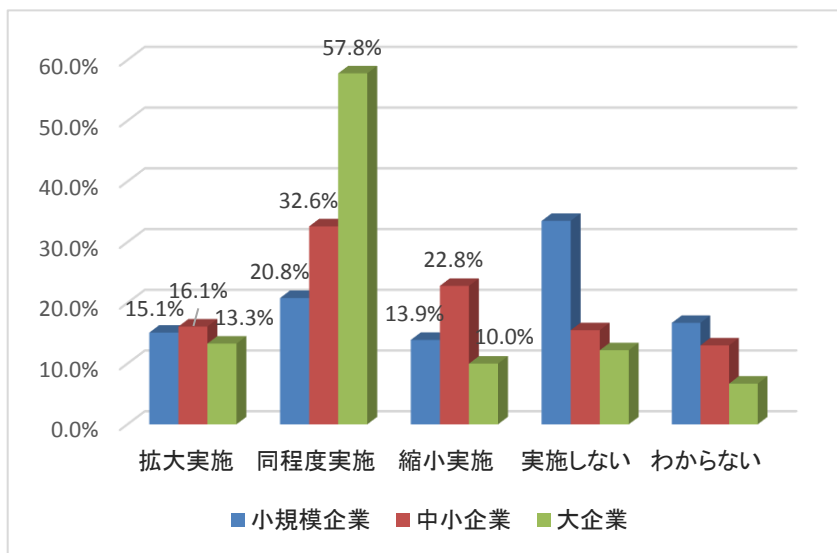
## 1. 「設備などへの投資」の実施について（今年度・昨年度）



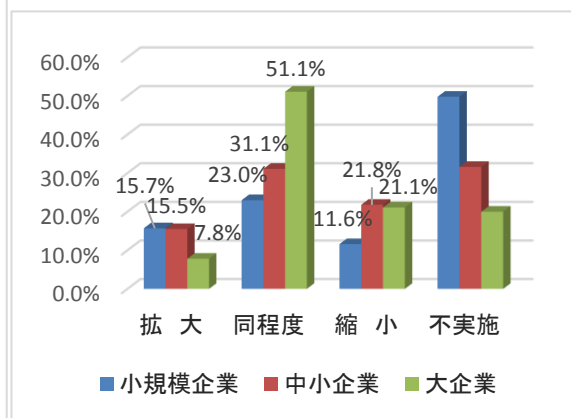
○今年度、「設備などへの投資」を実施する企業は、58.1%（拡大15.1%+同程度27.5%+縮小15.5%）であった。また、昨年度、「設備などへの投資」を実施した企業は、57.5%（拡大14.8%+同程度27.8%+縮小14.9%）であり、投資の規模を含めあまり変化は見られなかった。

## <企業規模別>

(今年度)



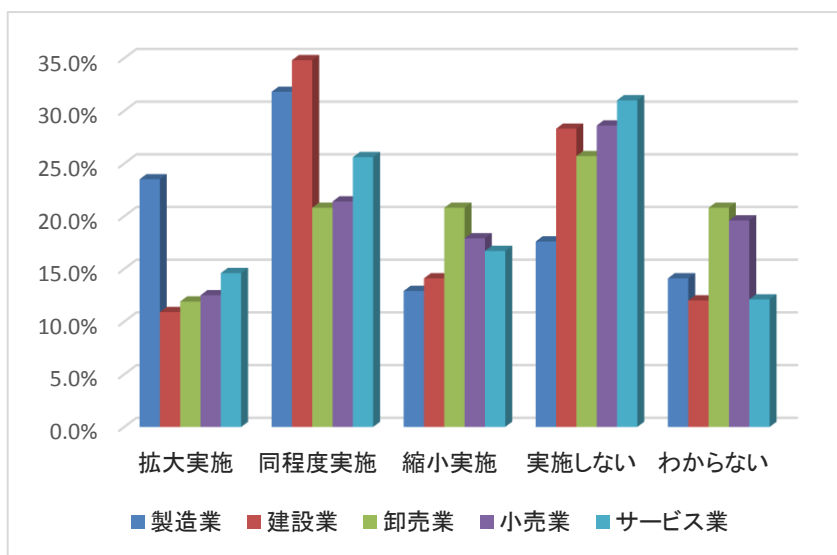
(昨年度)



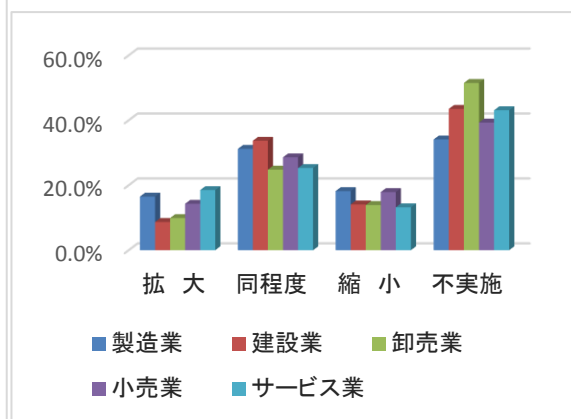
○企業規模別では、「設備などへの投資」を実施する企業は、小規模企業が49.8%（昨年度50.3%）、中小企業が71.5%（昨年度68.4%）、大企業が81.1%（昨年度80.0%）であった。

## <業種別>

(今年度)

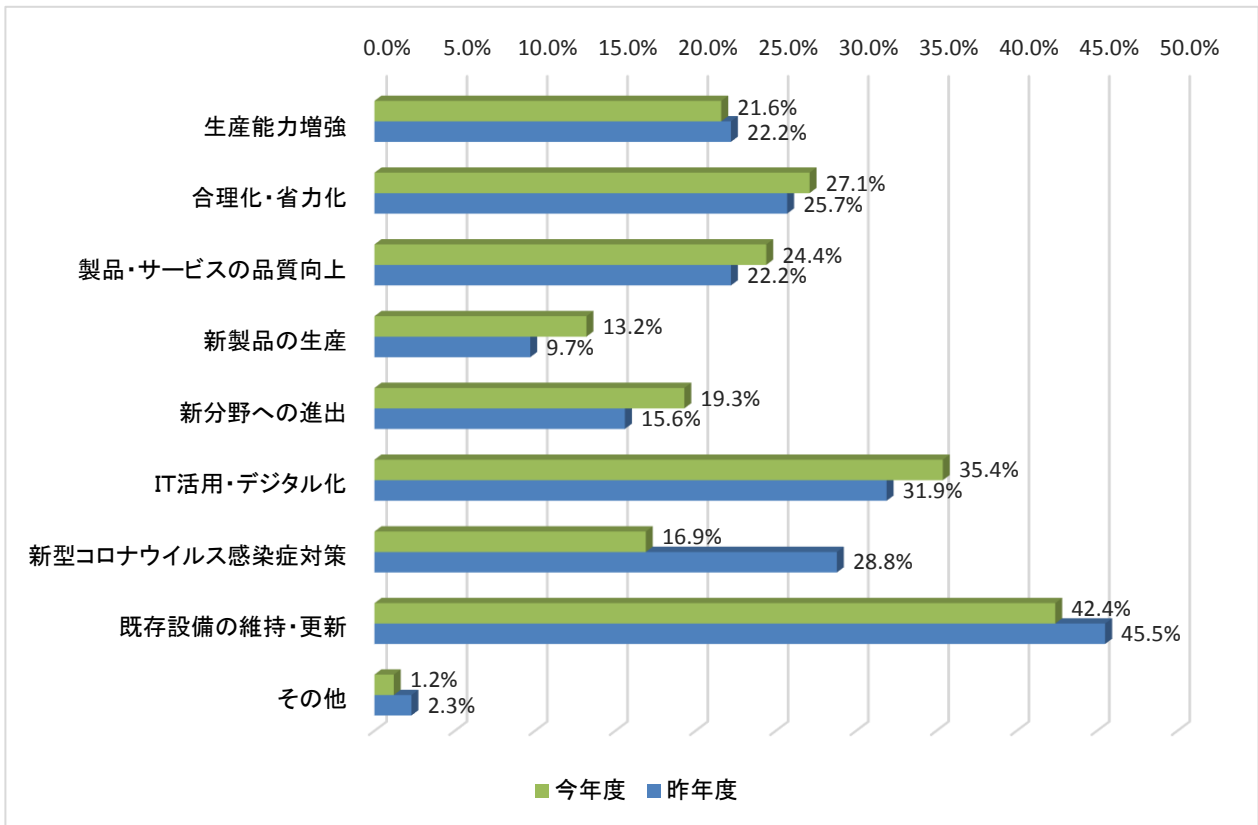


(昨年度)



○業種別では、「設備などへの投資」を実施する企業は、製造業が68.2%（昨年度65.9%）、建設業が59.8%（昨年度56.5%）、卸売業が53.5%（昨年度48.6%）、小売業が51.8%（昨年度60.8%）、サービス業が56.9%（昨年度57.0%）であった。

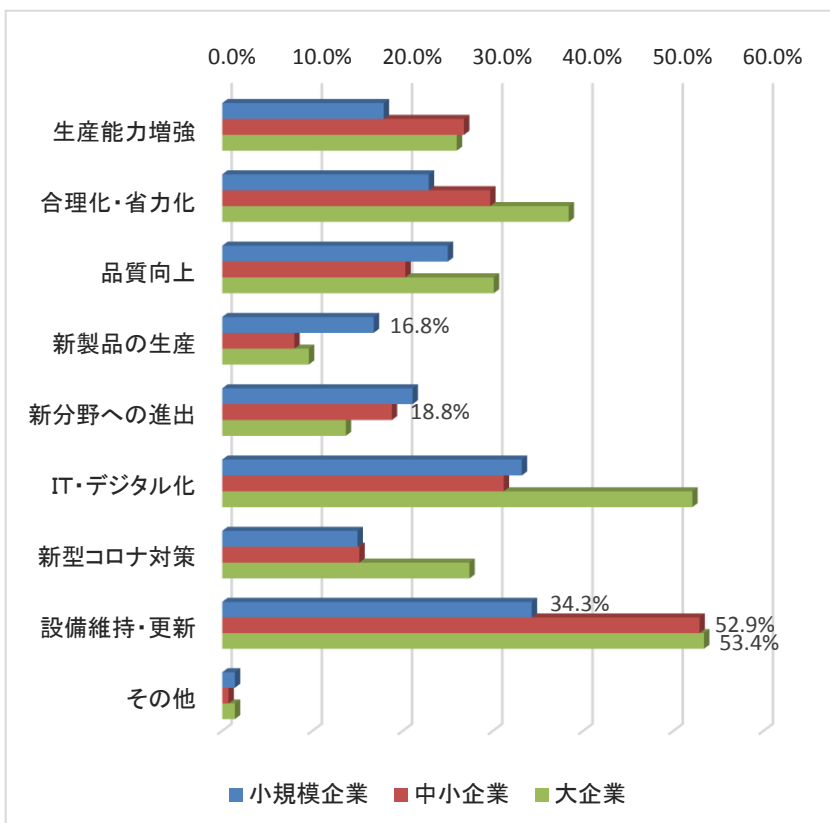
## 2. 「設備などへの投資」の目的について（今年度・昨年度）＜複数回答＞



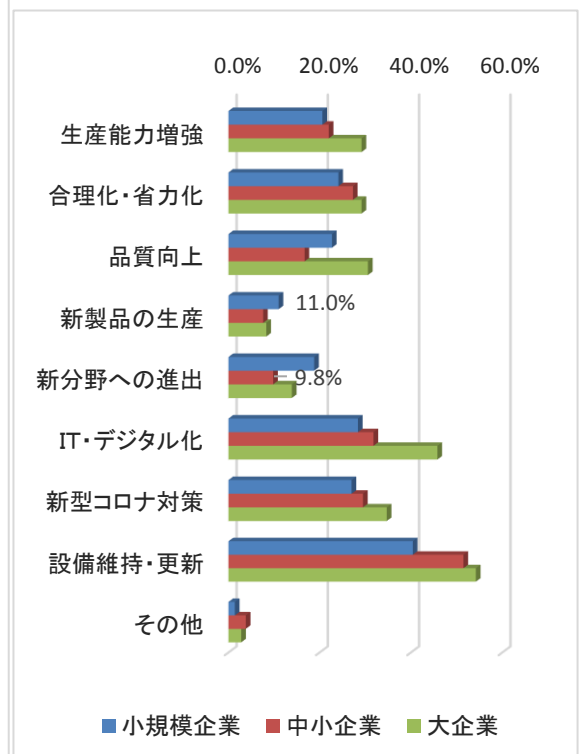
○今年度の「設備などへの投資」の目的は、「既存設備の維持・更新」が42.4%と最も多く、次いで「IT活用・デジタル化」が35.4%、「合理化・省力化」が27.1%であった。また、「新製品の生産」および「新分野への進出」が昨年度に比べて比較的增加した。昨年度は、今年度とほぼ同様の傾向を示したが、「新型コロナウイルス感染症対策」（28.8%）が3番目に多かった。

## ＜企業規模別＞

（今年度）



（昨年度）

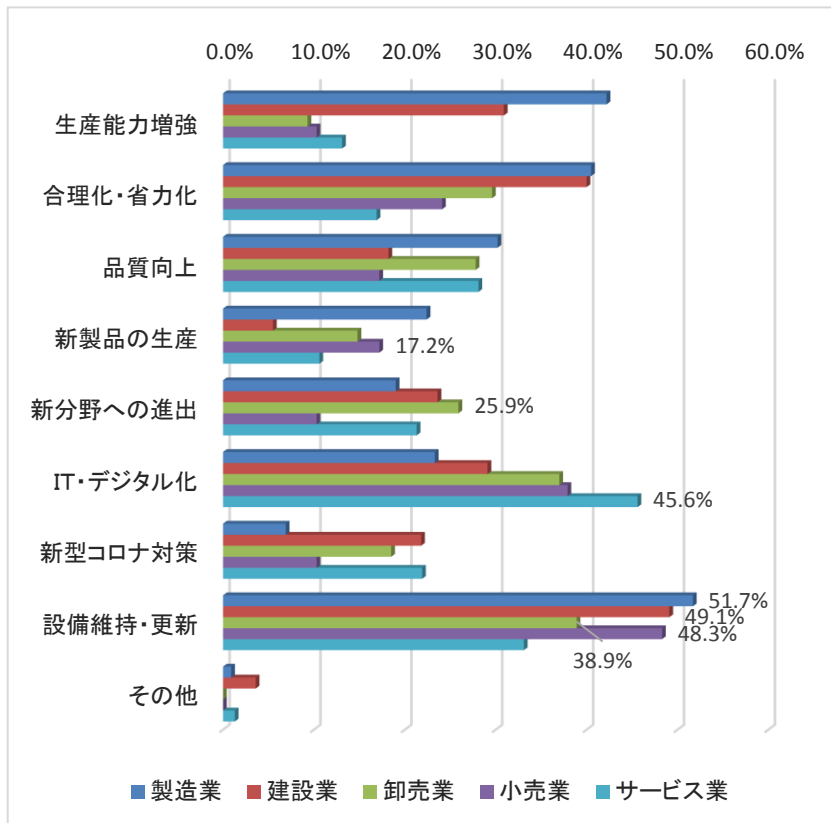




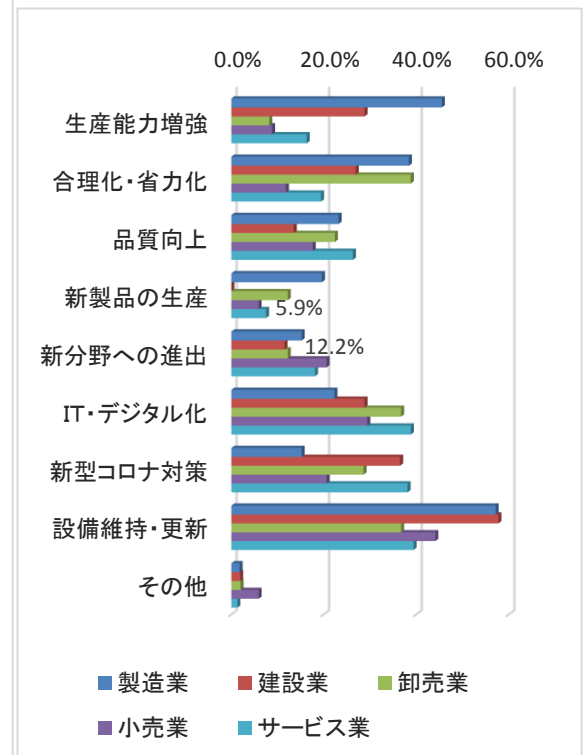
○企業規模別では、すべての企業規模において「既存設備の維持・更新」が最も多かった。また、小規模企業において「新製品の生産」が、中小企業において「新分野への進出」が昨年度と比較して大きく増加した。

## <業種別>

(今年度)



(昨年度)



○業種別では、製造業、建設業、卸売業および小売業は「既存設備の維持・更新」が、サービス業は「IT活用・デジタル化」が最も多かった。また、小売業において「新製品の生産」が、卸売業において「新分野への進出」が昨年度と比較して大きく増加した。

### 3. 「設備などへの投資」を実施しない理由について（今年度）

○「設備などへの投資」を実施しないと回答した企業にその理由を聞いたところ、「投資を実施する必要がないため」と回答した企業が5割弱、「コロナの影響等により売上が減少し、投資を実施する余裕がないため」と回答した企業が4割弱であった。

○「設備などへの投資」を実施するかわからないと回答した企業にその理由を聞いたところ、「コロナの影響等により事業の見通しが立たないため」と回答した企業が5割強、「投資を実施する必要があるかわからないため」と回答した企業が3割5分程度であった。

## 《業況感に関する企業の声》

### ＜製造業（鉄鋼）＞

○ 新型コロナウイルス感染症の影響は大きいものの、鉄鋼業界は、他の業界と比べれば比較的回復が早く、コロナ禍前に近い状態に戻ってきている。しかしながら、感染拡大がそのまま続けば、経済活動にも大きな影響が出てくると思う。

### ＜製造業（プラスチック成形加工）＞

○ 景気の底は脱した感があるが、新型コロナウイルス感染拡大による需要の低迷や、半導体および樹脂材料の不足等により自動車等の増産ができない中で、景気の回復はしばらく難しいと思われる。

### ＜卸売業（鋼材・建材等）＞

○ 業界の動向は、来期にかけて緩やかな上昇感があるが、素材価格や仕入価格の上昇が続いており、先行きの傾向が見通しにくい。

### ＜卸売業（機械・工具等）＞

○ 自動車が好調なのはありがたいが、EV化の波が押し寄せると一気に冷え込むと思われる。

### ＜卸売業（食品・雑貨輸出）＞

○ 国内の物流費や海上輸送コストの大幅な上昇に歯止めが掛からないため、先行き不透明感が大きい。

### ＜小売業（飲食料品）＞

○ デパートでの販売は、緊急事態宣言が出ているか出ていないかによって、売上の幅が全く異なる。一方、オンラインでの販売は、緊急事態宣言の影響が少ないものの、売上を上げるのは簡単ではなく、なかなか先が見通せない。

### ＜サービス業（旅行）＞

○ 緊急事態宣言やまん延防止等重点措置により、旅行会社としての受注が全くなく、入金ゼロの中、社員への給与支払いや社会保険料、税金等の支払い、OA機器や社用車等のリース料支払いはなくなることがないので、事業として大変厳しい状況が続いている。

### ＜サービス業（飲食）＞

○ 今後、飲食店は厳しいと思う。店売りを縮小しつつ、採算の取れる持ち帰りを伸ばす方法をさらに考えたい。ただ、材料費や人件費など様々な費用が上がる中、良いものを提供するためには限界があり、現状を以前のように戻すのは難しい。

### ＜サービス業（IT）＞

○ 企業（特に製造業）のIT投資は、ある程度戻ってきたように感じるが、中小企業までには、開発案件の引き合いが少なく、まだ浸透していないように感じる。