

第41回定期景況調査

(2022年4～6月期)

2022年6月

名古屋商工会議所

【第41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 2022年5月16日～6月3日
- ◎ 調査方法 Webを活用したアンケート調査
- ◎ 回答企業 **843社**
- ◎ 回答企業の内訳

【企業規模】

【企業規模】			【従業員数】		
小規模企業	561社	66.5%	～20人	561社	66.5%
中小企業	203社	24.1%	21～50人	106社	12.6%
			51～100人	48社	5.7%
			101～300人	49社	5.8%
大企業	79社	9.4%	301～500人	16社	1.9%
			501～1,000人	23社	2.7%
			1,001～3,000人	26社	3.1%
			3,001人以上	14社	1.7%

【業 種】

製造業	185社	21.9%
建設業	99社	11.7%
卸売業	77社	9.1%
小売業	49社	5.8%
サービス業	279社	33.1%
その他	154社	18.3%

※ 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。

会員企業の景況

(今期：2022年4～6月，前期：2022年1～3月，来期：2022年7～9月)

<今期の景況感>

○ 業況DI (全産業) は、前期▲23.0から今期▲3.4 (好転24.1%－悪化27.5%)，前期比＋19.6ポイントと、2期ぶりに大きく改善した (2012年の調査開始以降2番目に大きい改善幅)。

○ 企業規模別では、すべての企業規模において改善。小規模企業においても、DIはマイナスではあるものの、数値は大幅に改善した。業種別でも、すべての業種において改善。特に、コロナの沈静化を受け、小売業およびサービス業が大幅に改善した。

○ 今期の業況は、感染症の影響が緩和し、緊急事態措置等が適用されなかったこともあって、大きく改善した。一方で、すべての業種において、原材料価格の高騰等に伴う仕入単価の上昇が続いている。

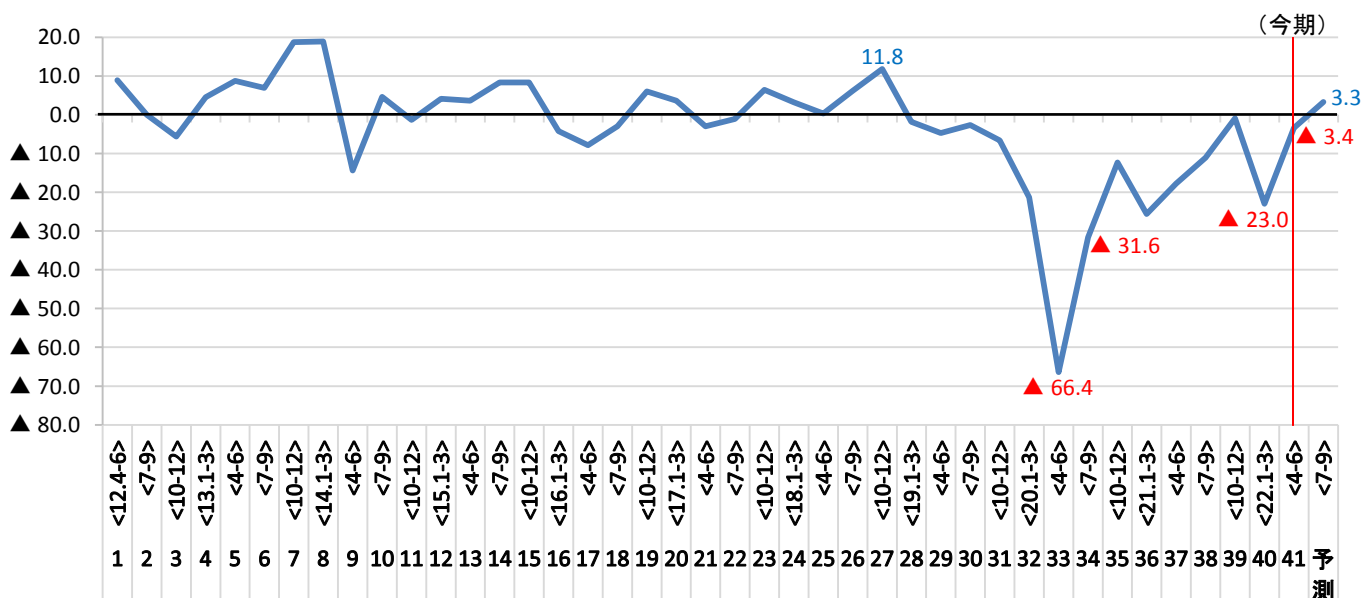
<来期の景況感>

○ 業況DI (全産業) の先行きは、今期▲3.4から来期＋3.3 (好転23.2%－悪化19.9%)，今期比＋6.7ポイントと、2期連続で改善し、15期ぶりにプラスに転じる見通しである。

○ 企業規模別では、すべての企業規模において改善。業種別では、卸売業を除くすべての業種において改善する見通し。ウクライナ情勢等を受けた資源価格の上昇などに対する懸念はあるものの、経済社会活動の回復への期待などから、改善する見通しとなっている。

業況DI

<全産業 業況DIの推移>



《企業規模別 業況DIの推移》

(「好転」-「悪化」：%ポイント)

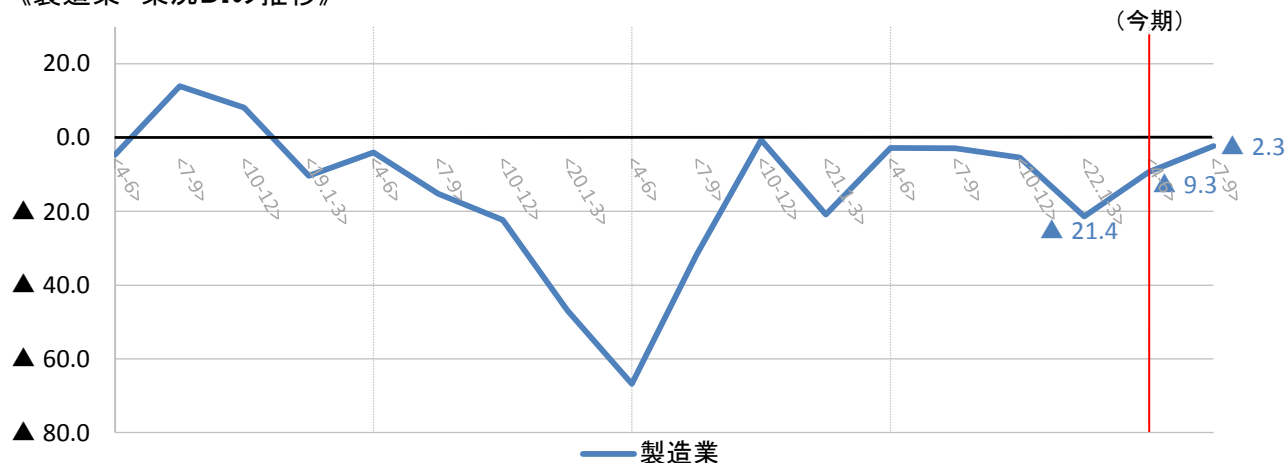
	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	▲17.8	▲11.1	▲0.9	▲23.0	▲3.4	3.3
小規模企業	▲23.0	▲18.4	▲7.0	▲30.7	▲5.4	0.1
中小企業	▲7.9	1.5	10.8	▲8.2	0.5	6.5
大企業	▲5.6	8.1	10.4	▲7.0	1.3	17.3

《業種別 業況DIの推移》

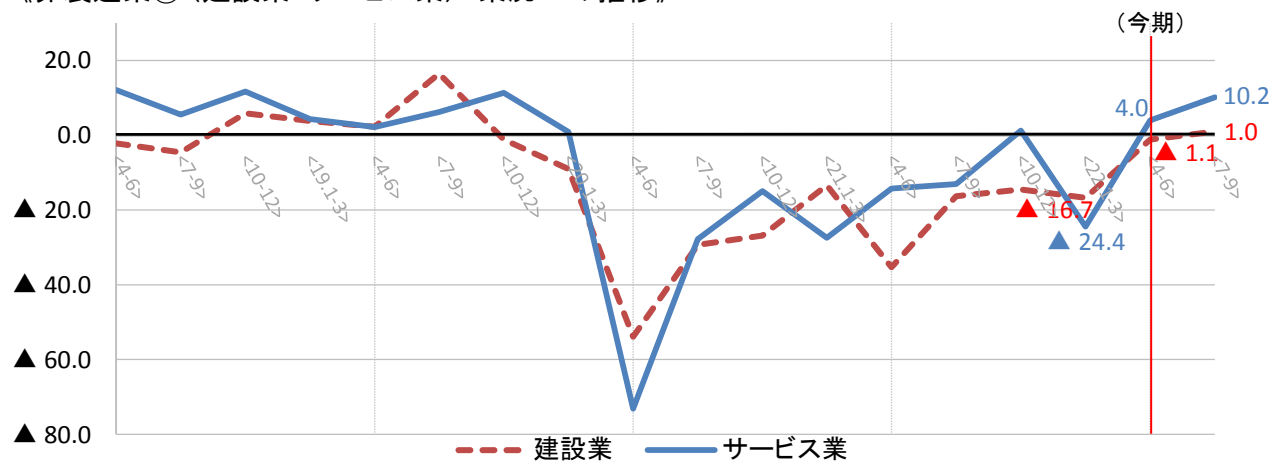
(「好転」-「悪化」：%ポイント)

	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	▲ 17.8	▲ 11.1	▲ 0.9	▲ 23.0	▲ 3.4	3.3
製造業	▲ 2.8	▲ 2.9	▲ 5.4	▲ 21.4	▲ 9.3	▲ 2.3
非製造業	▲ 21.7	▲ 13.2	0.4	▲ 23.5	▲ 1.7	4.8
建設業	▲ 35.3	▲ 16.3	▲ 14.5	▲ 16.7	▲ 1.1	1.0
サービス業	▲ 14.2	▲ 13.0	1.3	▲ 24.4	4.0	10.2
卸売業	▲ 33.7	▲ 13.0	6.5	▲ 13.7	▲ 7.8	▲ 10.5
小売業	▲ 40.3	▲ 23.2	▲ 11.6	▲ 48.1	▲ 14.3	6.1

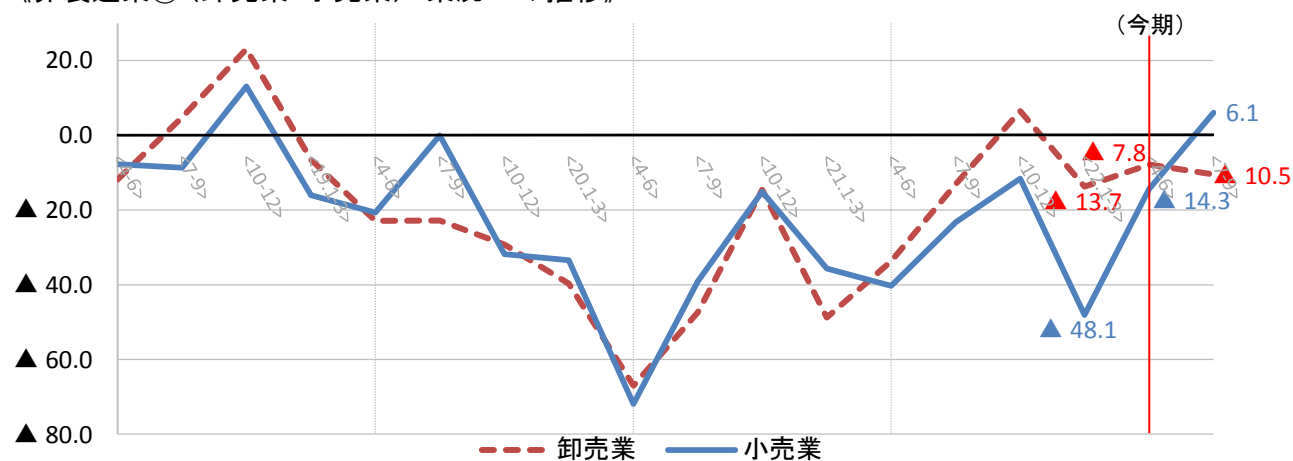
《製造業 業況DIの推移》



《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)

	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	▲ 19.5	▲ 9.3	1.9	▲ 20.7	▲ 1.4	6.3
製造業	▲ 4.0	▲ 1.8	1.8	▲ 15.4	1.7	3.9
非製造業	▲ 23.6	▲ 11.1	1.9	▲ 22.3	▲ 2.3	6.9
建設業	▲ 39.3	▲ 16.3	▲ 20.0	▲ 16.6	▲ 12.2	3.1
卸売業	▲ 31.3	▲ 5.9	14.3	▲ 11.3	▲ 1.3	▲ 11.8
小売業	▲ 36.9	▲ 23.2	▲ 4.7	▲ 47.2	▲ 14.3	14.5
サービス業	▲ 15.4	▲ 10.9	1.7	▲ 25.0	3.3	14.3

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若干下落する見通し。

《仕入単価DIの推移》

(「上昇」「下落」：%ポイント)

	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	20.3	27.1	43.5	47.9	56.8	55.4
製造業	43.1	53.4	77.6	76.5	80.2	78.5
非製造業	14.1	20.6	33.6	39.2	50.2	49.0
建設業	29.7	44.6	47.7	57.1	77.8	73.7
卸売業	41.1	36.6	72.7	70.9	77.9	77.9
小売業	1.8	8.9	30.2	54.7	73.5	77.1
サービス業	7.5	12.7	24.1	26.4	36.3	35.0

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だがマイナスが続く。

《採算DIの推移》

(「好転」「悪化」：%ポイント)

	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	▲ 22.6	▲ 18.9	▲ 12.5	▲ 30.1	▲ 20.5	▲ 17.6
製造業	▲ 13.6	▲ 15.6	▲ 24.1	▲ 36.8	▲ 37.1	▲ 41.1
非製造業	▲ 25.0	▲ 19.7	▲ 9.1	▲ 28.0	▲ 15.8	▲ 11.1
建設業	▲ 30.5	▲ 34.8	▲ 21.2	▲ 21.1	▲ 22.2	▲ 15.2
卸売業	▲ 36.5	▲ 16.0	▲ 1.3	▲ 25.0	▲ 26.0	▲ 37.7
小売業	▲ 38.2	▲ 32.1	▲ 30.9	▲ 57.7	▲ 34.7	▲ 33.4
サービス業	▲ 21.6	▲ 12.9	▲ 10.1	▲ 29.4	▲ 9.9	▲ 2.5

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)

	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	6.6	10.5	16.4	13.8	16.7	18.7
製造業	6.2	10.9	20.5	13.6	10.4	13.3
非製造業	6.7	10.4	15.1	13.9	18.4	20.1
建設業	26.5	31.1	30.0	33.7	31.3	33.3
卸売業	▲ 5.8	4.0	9.4	6.3	13.0	13.0
小売業	0.0	3.7	9.5	1.9	14.3	16.7
サービス業	6.5	9.6	14.5	13.1	19.0	23.1

資金繰りDI

資金繰りは、今期は前期と比べて好転し、来期は今期と比べて悪化する見通し。

《資金繰りDIの推移》

(「好転」「悪化」：%ポイント)

	2021.4-6	7-9	10-12	2022.1-3	4-6	7-9
全産業	▲ 12.4	▲ 11.4	▲ 10.4	▲ 18.2	▲ 9.8	▲ 11.4
製造業	▲ 11.9	▲ 4.7	▲ 10.2	▲ 20.0	▲ 13.6	▲ 17.6
非製造業	▲ 12.6	▲ 13.1	▲ 10.5	▲ 17.5	▲ 8.8	▲ 9.8
建設業	▲ 8.5	▲ 12.0	▲ 11.3	▲ 16.5	▲ 5.1	▲ 10.1
卸売業	▲ 10.5	▲ 7.9	▲ 18.4	▲ 16.3	▲ 18.2	▲ 15.6
小売業	▲ 19.6	▲ 25.5	▲ 18.6	▲ 28.3	▲ 18.4	▲ 22.9
サービス業	▲ 14.3	▲ 13.6	▲ 8.8	▲ 16.2	▲ 6.2	▲ 7.2

「県・市に対する施策要望」に関する調査

＜「企業支援」に関する要望＞

○「ビジネスマッチング機会の創出」が40.0%と最も多く、ウィズコロナ・アフターコロナにおける新たなビジネスチャンスの創出が強く望まれている。一方、前年の調査では最も多かった「資金繰り支援」は28.1%（前年36.2%）と、少なからず減少しているものの、小規模企業に限っては40.3%と突出しており、継続的な支援が求められている。

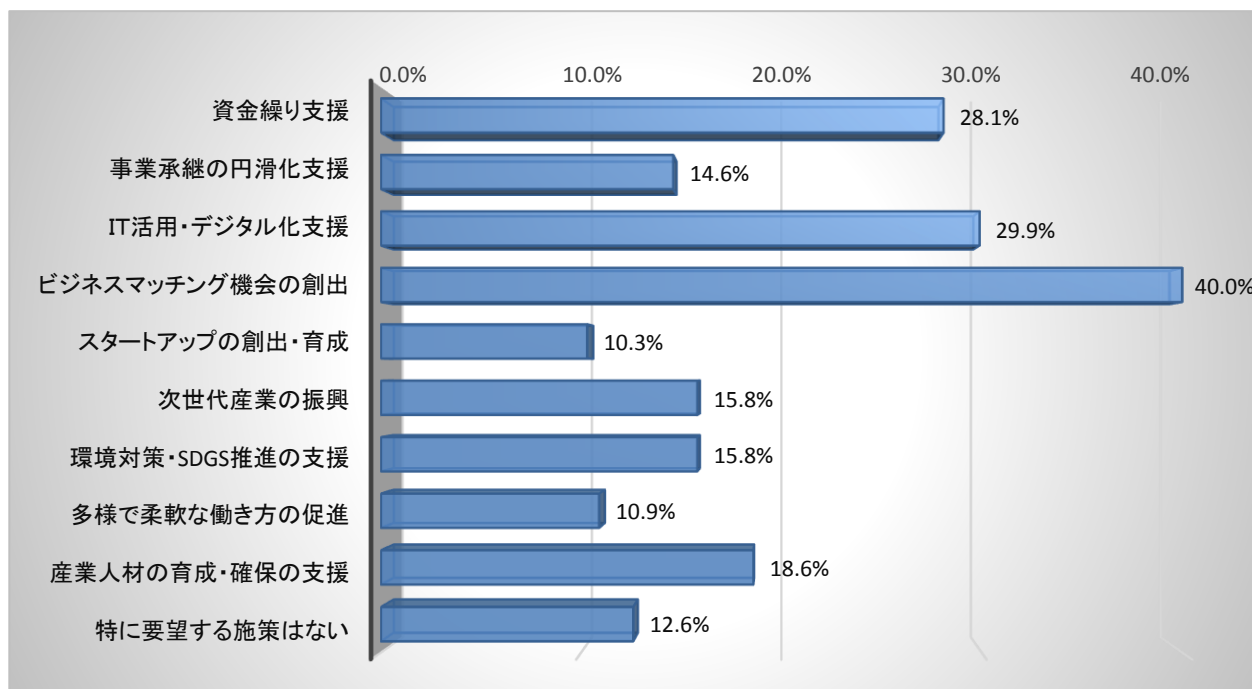
＜「地域振興」に関する要望＞

○「魅力ある街づくりの推進」が50.4%と半数を超えており、すべての要望項目の中で最も多かった。県・市には、具体的な街づくりの施策が求められている。次に「商業地の活性化」が36.5%、3番目に「観光・スポーツの振興、誘客の促進」が26.1%と多く、「地域振興」に関しては、前年の調査とほぼ同様の傾向であった。

＜「社会課題その他」に関する要望＞

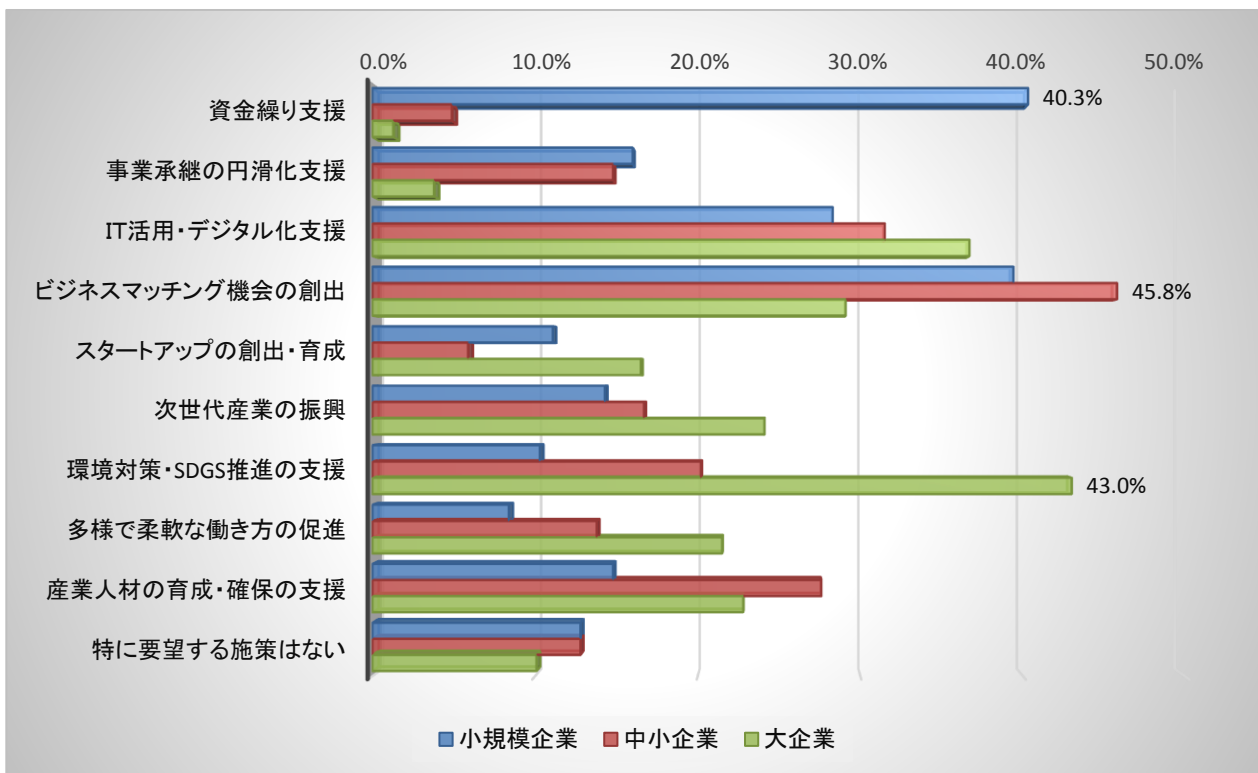
○「行政手続きの簡素化、行政サービスの拡充」が48.2%と最も多く、中小・小規模企業からの要望が多かった。当該の事業者支援のための補助金や助成金等の拡充、それに伴う申請手続きの簡素化などが求められている。一方、前年の調査では最も多かった「新型コロナウイルス感染症の克服」は34.4%（前年73.1%）と、感染症の沈静化に伴い、半分以下に減少している。

1. 「企業支援」に関する要望 ＜複数回答＞



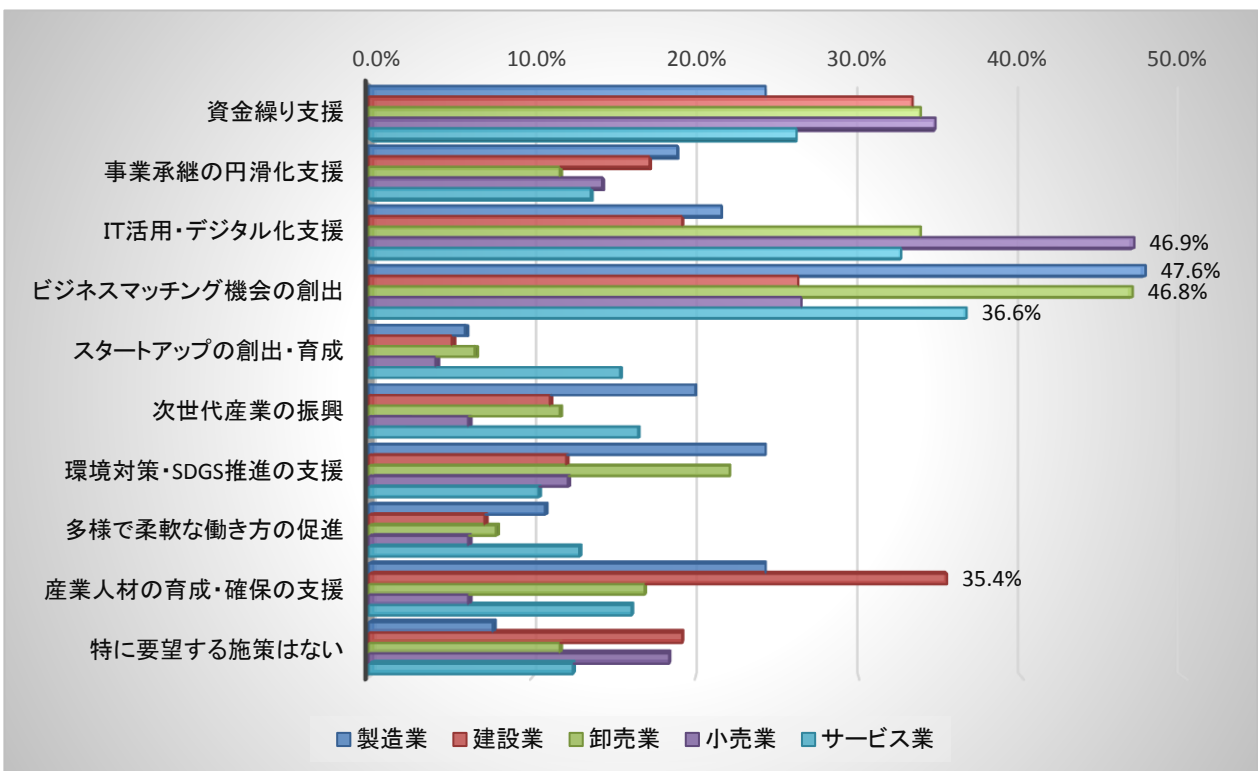
○「企業支援」に関して、県や市に優先的に取り組んでほしい施策を聞いたところ、「ビジネスマッチング機会の創出」が40.0%と最も多く、次いで「IT活用・デジタル化支援」が29.9%、「資金繰り支援」が28.1%であった。

<企業規模別>



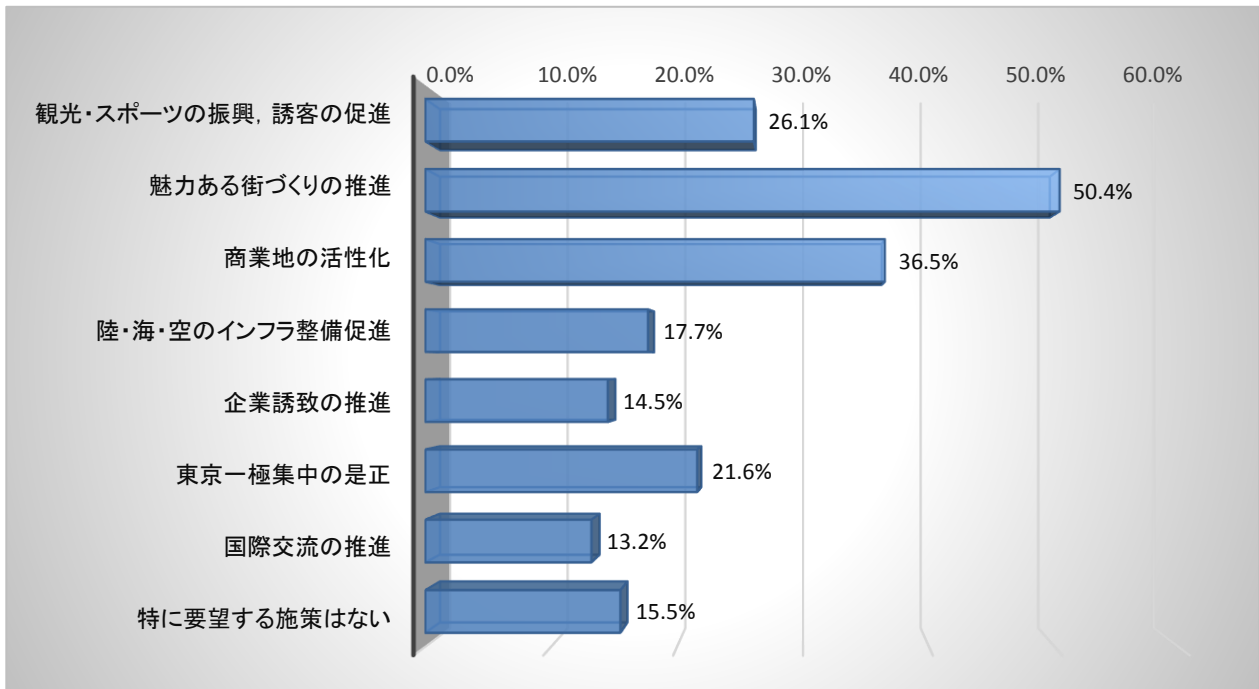
○企業規模別では、小規模企業は「資金繰り支援」が、中小企業は「ビジネスマッチング機会の創出」が、大企業は「環境対策・SDGs推進の支援」が最も多かった。

<業種別>



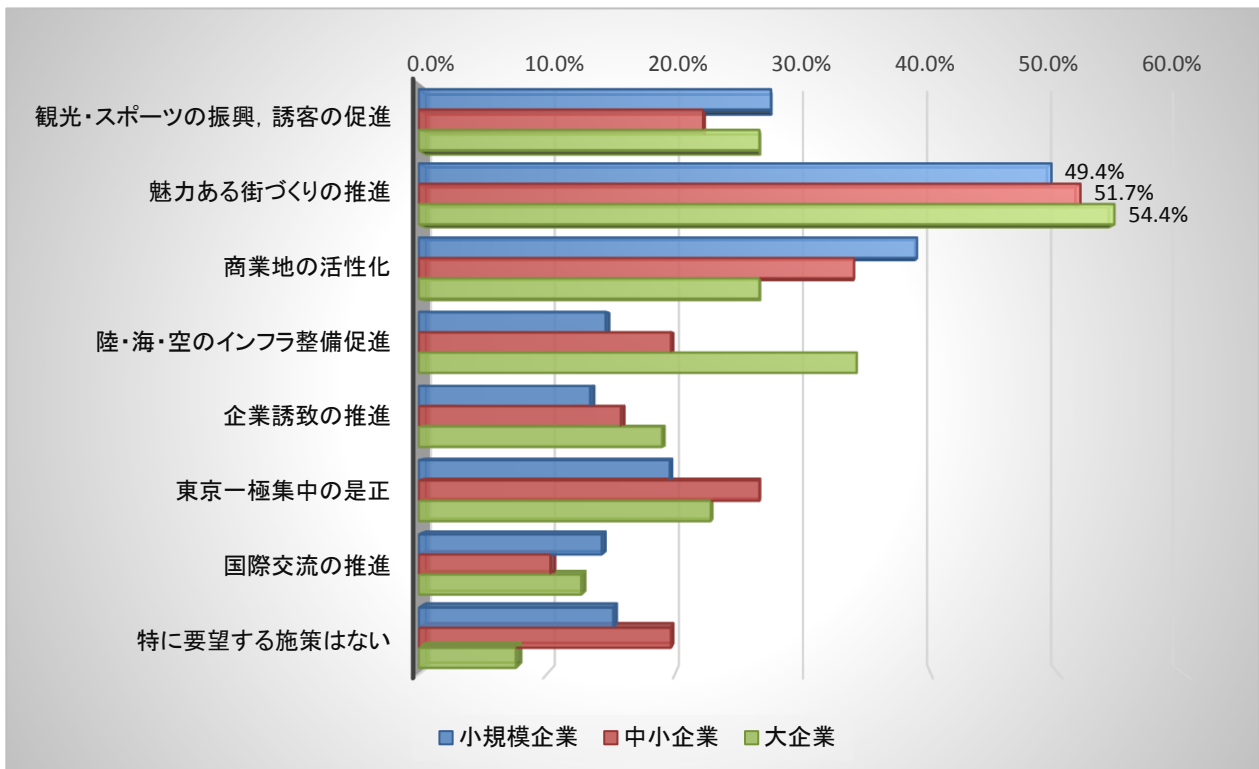
○業種別では、製造業、卸売業およびサービス業は「ビジネスマッチング機会の創出」が、建設業は「産業人材の育成・確保の支援」が、小売業は「IT活用・デジタル化支援」が最も多かった。

2. 「地域振興」に関する要望 <複数回答>



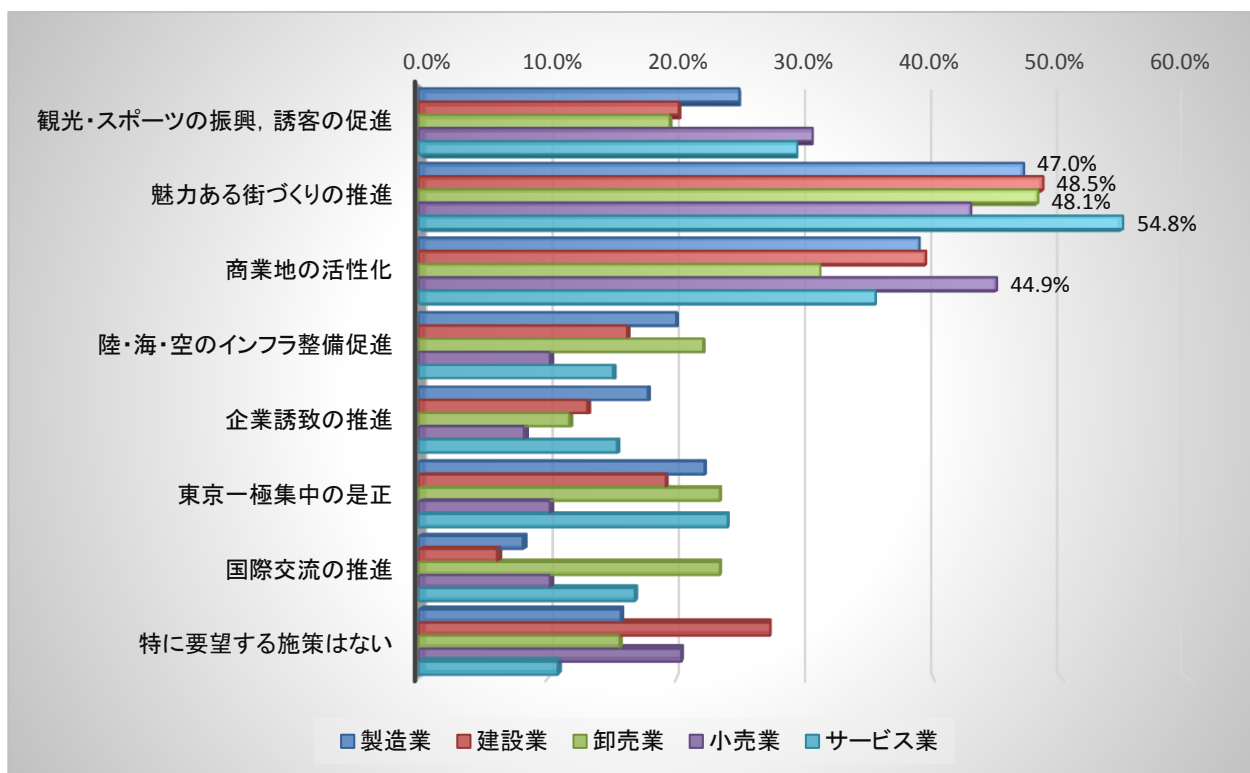
○「地域振興」に関して、県や市に優先的に取り組んでほしい施策を聞いたところ、「魅力ある街づくりの推進」が50.4%と最も多く、次いで「商業地の活性化」が36.5%、「観光・スポーツの振興, 誘客の促進」が26.1%であった。

<企業規模別>



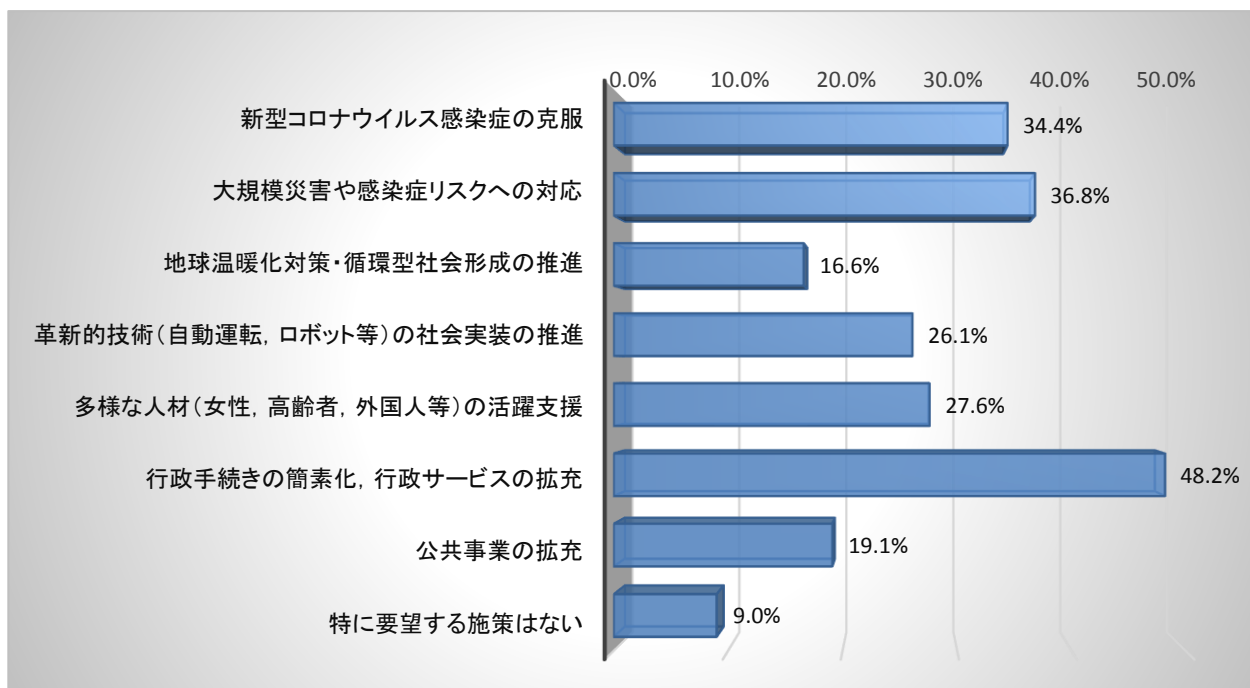
○企業規模別では、すべての企業規模において「魅力ある街づくりの推進」が最も多かった。

<業種別>



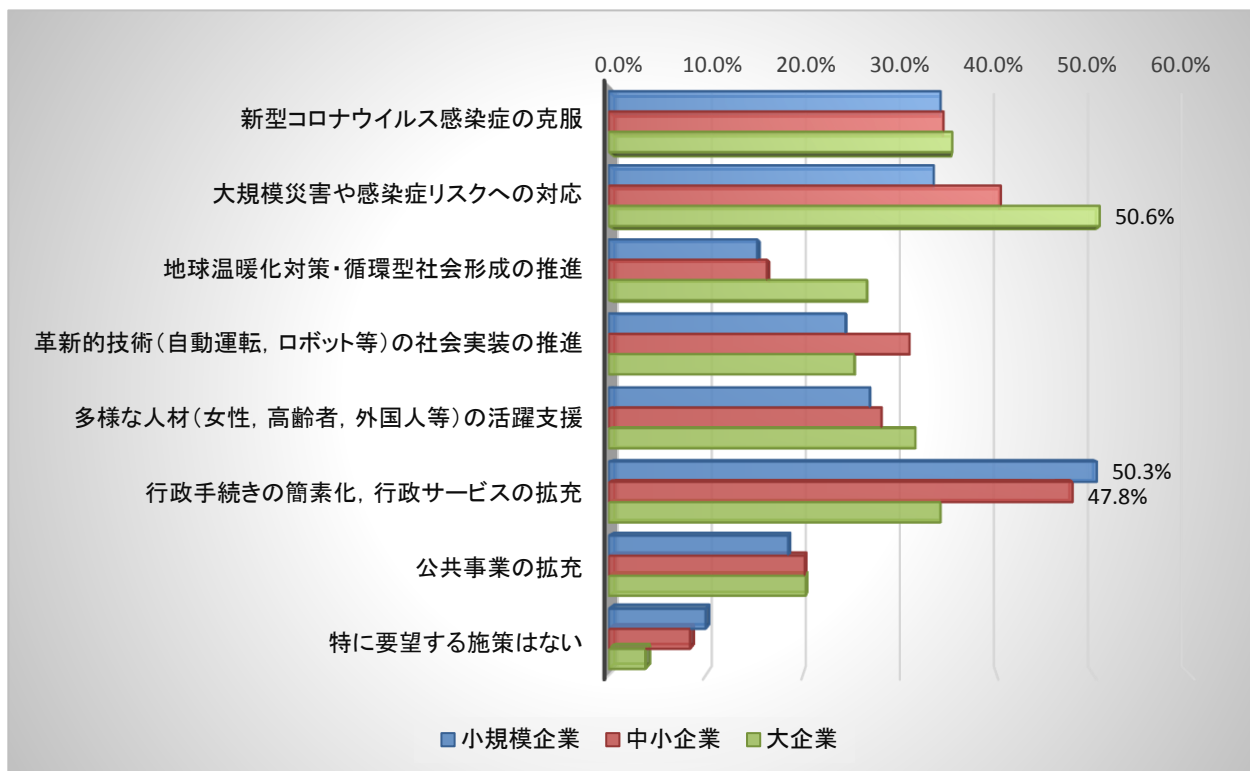
○業種別では、製造業、建設業、卸売業およびサービス業は「魅力ある街づくりの推進」が、小売業は「商業地の活性化」が最も多かった。

3. 「社会課題その他」に関する要望 <複数回答>



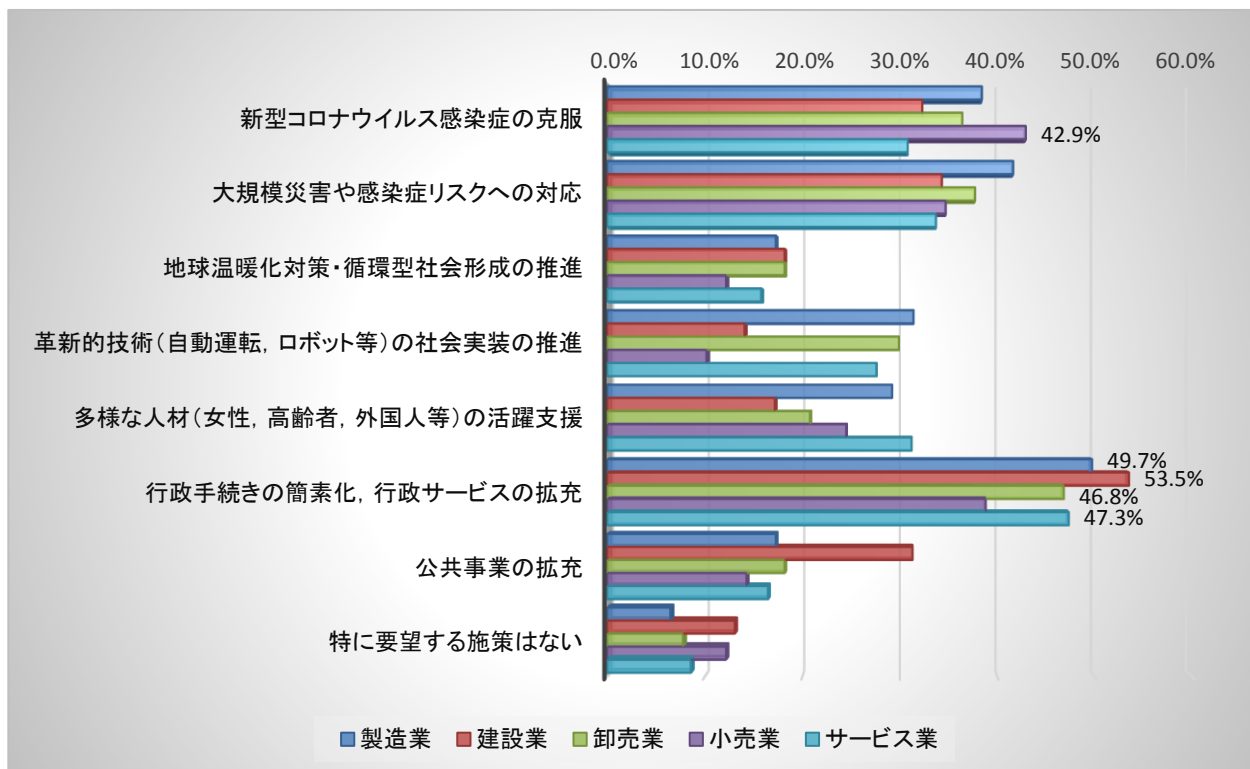
○「社会課題その他」に関して、県や市に優先的に取り組んでほしい施策を聞いたところ、「行政手続きの簡素化, 行政サービスの拡充」が48.2%と最も多く、次いで「大規模災害や感染症リスクへの対応」が36.8%、「新型コロナウイルス感染症の克服」が34.4%であった。

<企業規模別>



○企業規模別では、小規模企業および中小企業は「行政手続きの簡素化、行政サービスの拡充」が、大企業は「大規模災害や感染症リスクへの対応」が最も多かった。

<業種別>



○業種別では、製造業、建設業、卸売業およびサービス業は「行政手続きの簡素化、行政サービスの拡充」が、小売業は「新型コロナウイルス感染症の克服」が最も多かった。

4. その他の主な施策要望

- 新規の事業展開や製品の開発、ビジネスモデルの開拓等、地域経済の回復・発展につながる補助金や助成金などを拡充してほしい。
- 出生率の低下を踏まえ、安心して出産や育児ができるよう少子化対策に取り組んでほしい。
- 地域の魅力を高めるため、文化・芸術の振興に力を入れてほしい。

《景況感に関する企業の声》

<製造業（金型・機械設備）>

○ 原材料価格の高騰が利益に影響を及ぼしている。加工単価を下げ価格競争をするため、厳しい経営環境が続くそうである。

<製造業（板金加工）>

○ 中国のゼロコロナ政策の影響で、部品の入手が更に困難になり、客先が生産調整で大幅減産を実施している。また、円安とロシア・ウクライナ問題で、購入材やエネルギーの価格が高騰し、利益を圧迫している。円安は、大企業にとってはメリットがあると思うが、中小企業にとっては急激な採算の悪化をもたらしている。

<製造業（食料品）>

○ ウクライナ情勢に伴う原材料価格の高騰や円安の影響が、原料・包材・燃料費に大きくのしかかっている。包材の原料が取り合いになっているとともに、メーカーの廃業や商品の終売が増えている。値上げをすれば他社に替わられるから値上げはできない。商品を製造し出荷しないと従業員の雇用を守ることができない。

<建設業（配管設備）>

○ 引き合いの連絡は増えてきており、同業他社からも同じような話を聞いている。しかしながら、コロナ禍前と違って見積もりに対する値下げの交渉がかなり厳しく、原材料価格の高騰が止まらないため、厳しい状況は続いていると感じる。

<卸売業（電気部品）>

○ 電気業界は、ロシアのウクライナ侵攻や円安による商品コストの上昇、そして半導体の不足やサプライチェーンの混乱のため商品不足となっており、大変なことになっている。

<小売業（自転車）>

○ 繰り返しの仕入れ価格の上昇についていこうとすると、販売価格への転嫁しか方法がない。消費者がそれにどこまでついてきてくれるのか不安である。

<サービス業（観光）>

○ 原価が上昇している中、販売価格に転嫁していくことが難しい状況である。お客様の流れが戻りつつあるものの、単価が戻らないため、利益が確保できていない。

<サービス業（飲食）>

○ 丸の内エリアでは、GW明けの人流に大きな変化はないと感じている。コロナに対する意識の高い人は引き続き感染対策を徹底しているので、業績の回復はなかなか見込めないと感じている。