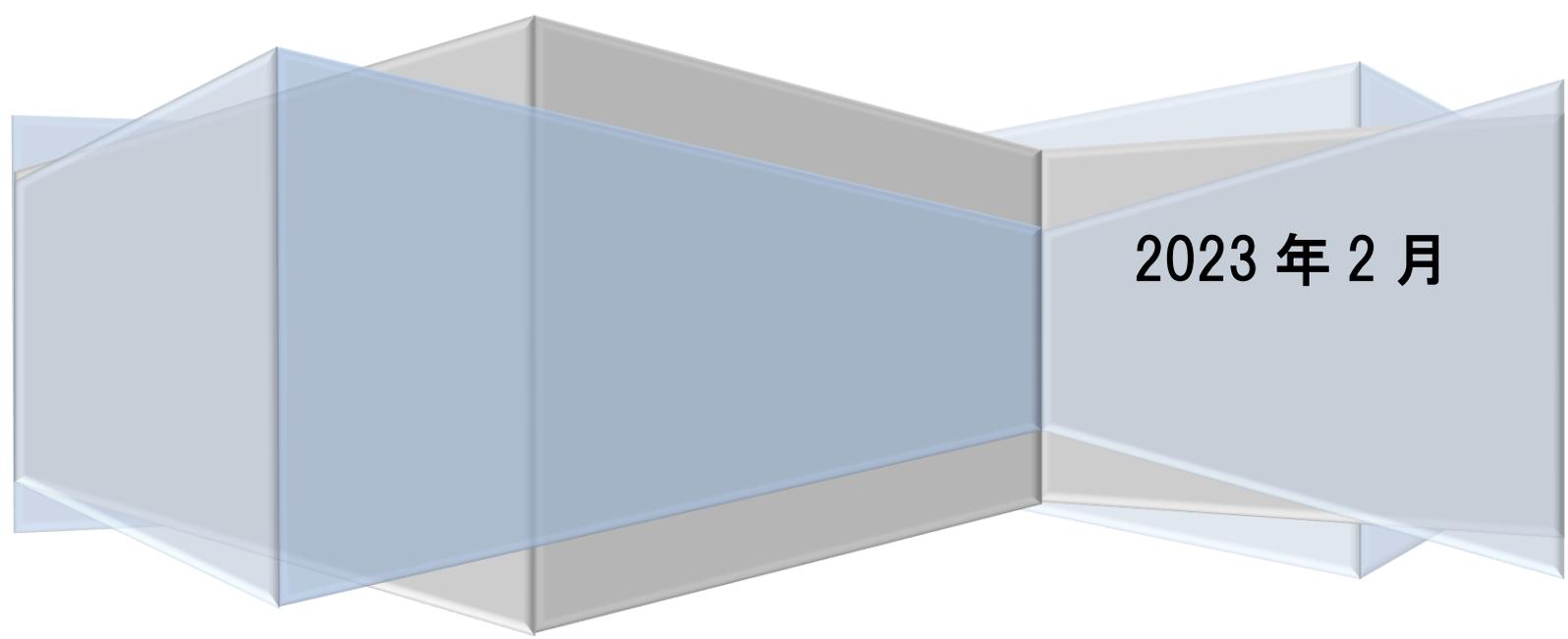


大分県中小企業家同友会

# 第 36 回景況調査報告

2022 年 7～12 月期



2023 年 2 月

**回復傾向が停滞、サービス業は好調維持、建設業・製造業は悪化から持ち直しの期待も。****<概要>****〇インバウンド消費頼みの回復から「多依存型」への脱却**

2月14日に内閣府は、実質GDP（国内総生産）成長率（季節調整済み、1次速報値）前期比年率0.6%増と発表した。前回の7-9月期が1.0%減から弱い回復傾向を示している。インバウンド消費が寄与しているとみられる。日銀短観も2022年9月から12月にかけて大企業DIは11→13と上昇し、なかでも宿泊・飲食サービスは△28→0と劇的な改善をしていることは大きい。しかし、明るい材料はあまり多くはなく、日銀短観も見通しは大企業DIが8へ低下、宿泊・飲食サービスも△18へ、逆戻りする予測となっています。

この半年を振り返ると、アメリカFRB（連邦準備制度委員会）の政策金利引き上げにより円安が進行し、輸入品価格の上昇で、とうとう黒田日銀総裁も10年目にして金利の引き上げに着手しました。今後も米国や中国をはじめ世界的景気の予測は大きく割れています。中国「ゼロコロナ政策」方針変更をリスクだとみる場合や、景気向上の契機だとする見方もあります。ただ、ここで言えるのは「寄らば大樹の陰」方式の経済の傘に入ることは、むしろ負の連鎖を受けやすいと言えます。インバウンド消費も今はいいかもしれませんが、長期で考え、短期の消費関係だけでない、他にも依存先をもつ多依存型の経営が必要ではないでしょうか。

**〇景気のアップダウンが激しい1年**

同友会会員への景況調査、中同協『同友会景況調査報告』では、業況判断DI（「好転」-「悪化」割合）6→4→8（2022年4～6月→7～9月→10～12月）、売上高DI（「増加」-「減少」割合）は10→9→15、経常利益DI（「増加」-「減少」割合）は△1→△6→△2と全ての項目で、一旦落ち込んで、その後回復しています。

一方、大分同友会景況調査ではこれとは異なり回復傾向から悪化傾向に向かっていきます。業況DIは0.7→△3.1（2022年1～6月→7～12月）、売上高DIは10.0→10.0、経常利益DIは△2.9→△10.7と売上高で横ばい、かつ好調を維持していますが、全体として景気悪化の時期であったことが分かります。

全国も大分も共通していることは、ここ1年で景気のアップダウンを繰り返していることです。そこで、次期の調査の見通しですが、それほど回復期待はされてはおらず、各企業とも備えに入っているようです。

業種別でみると建設業や製造業の悪化が顕著です。しかし、建設業や製造業の次期の見通しは前回調査よりも伸びており、特に建設業の期待は高くなっています。建設業は、これまでの景況調査で比較的安定業種であり景気の牽引役でもありましたが、近年は2008年のリーマンショック期以来の悪化が継続しており、次期の持ち直しに期待がかかっています。

今回も、景況感を天気図で示しました。天気の変化が激しく、こうした環境に対応したサービス業が、好調を維持していると思われます。

**<調査要領>**

- (1)対象期間 2022年7月1日～2022年12月31日  
 (2)対象企業 大分県中小企業家同友会 会員企業572社  
 (3)調査期間 2022年11月28日～2023年1月13日  
 (4)調査方法 調査表をe.doyu、FAXおよびメール便で送付し、e.doyuまたはFAXにて回収しました。  
 (5)回答企業 有効回答を160社、回収率は28.0%、業種構成は下記の通りです。
- |                       |     |
|-----------------------|-----|
| 農林水産業                 | 3社  |
| 建設業                   | 32社 |
| 製造業                   | 18社 |
| 情報・通信・商業 <sup>1</sup> | 48社 |
| サービス <sup>2</sup>     | 54社 |
| その他                   | 5社  |
- (6)参考資料 景況調査2022年7～12月期集計表 \*e.doyu>文書管理>全県をご覧ください。  
 (7)備考 グラフの中の6月は1～6月期を、12月は7～12月期を表します。

<sup>1</sup>情報・通信・商業には以下の業種を含みます。「電機・ガス・水道・熱供給」、「情報通信業」、「運輸・通信業」、「卸売・小売業」、「金融・保険」、「不動産」。

<sup>2</sup>サービスには以下の業種を含みます。「飲食店」、「医療・福祉」、「教育・学習支援」、「（対事業所）サービス」、「（対個人）サービス」。

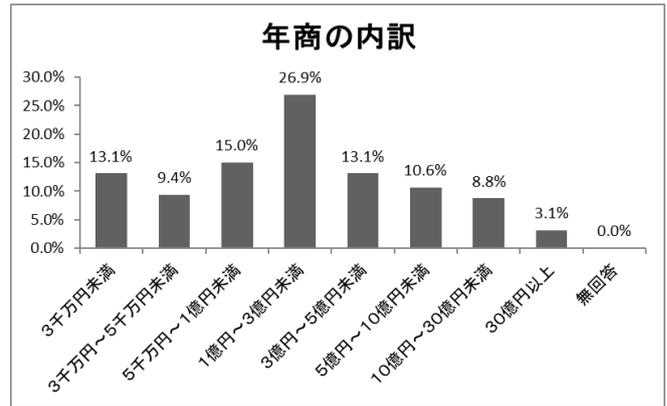
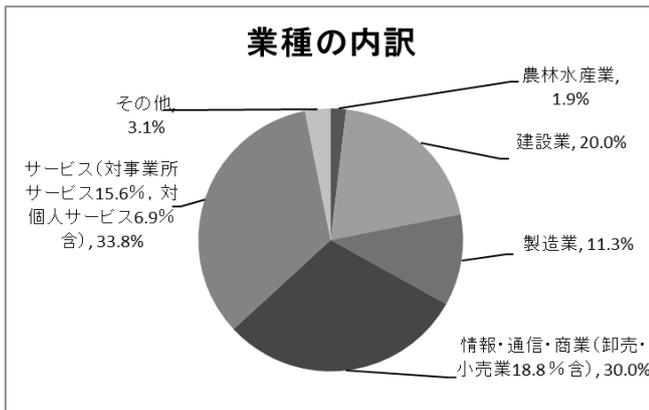
## I. 調査対象

調査対象期間は2022年7～12月期、対象企業は大分県中小企業家同友会の会員企業572社、有効回答は160社、回収率は28.0%（前回は3.8%ポイント増）でした。

## II. 業種・年商

業種別に多い順に並べると、「建設業」の20.0%、次いで、「卸売・小売業」の18.8%、同じく「対事業所サービス」の15.6%となっています。分析で利用する業種区分のうち情報・通信・商業は30.0%、サービス業は33.8%となっています。

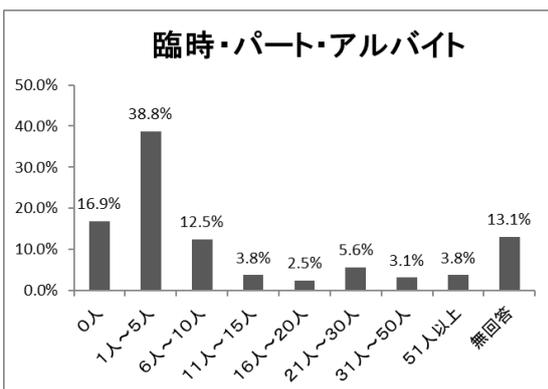
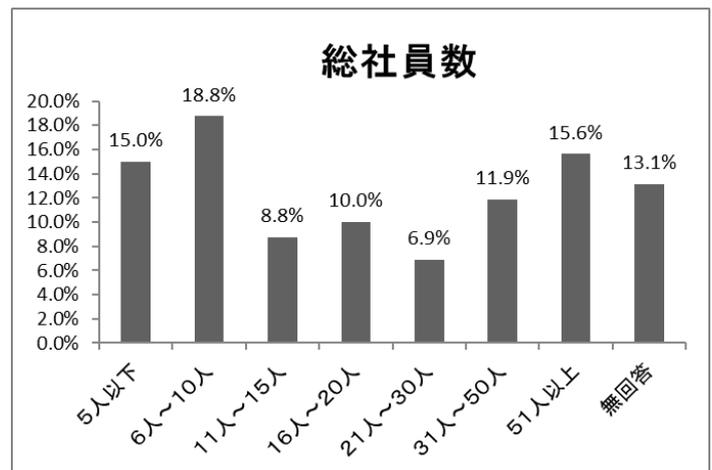
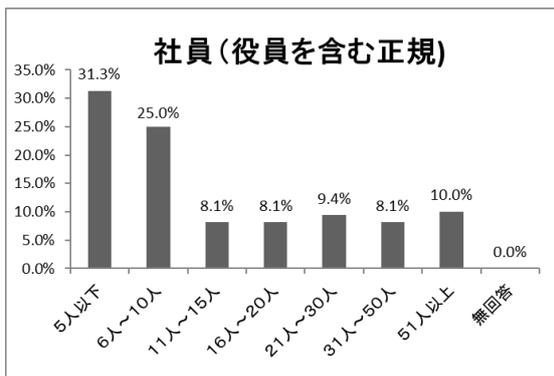
年商額も多い順でみると「1億円～3億円未満」26.9%が最も多く、次いで、「5千万円～1億円未満」の15.0%、「3億円～5億円未満」の13.1%と続きます。



## III. 従業員数

正規従業員（役員も含む）数は「5人以下」が38.8%、「6人～10人」が25.0%と、10人以下で56.3%と過半数を占めます。臨時・パート・アルバイト従業員数では多い順に「1人～5人」が37.9%、「0人」が16.9%で、5人以下という企業が過半数を占めています。

なお、社員に臨時・パート・アルバイトの社員を加えた総社員数（社員と臨時等ともに回答あり企業）についてみると、「6人～10人」が18.8%、「51人以上」が15.6%と社員数の多い企業が一定含まれています。次いで「5人以下」が15.0%となっています。



## IV. 概況

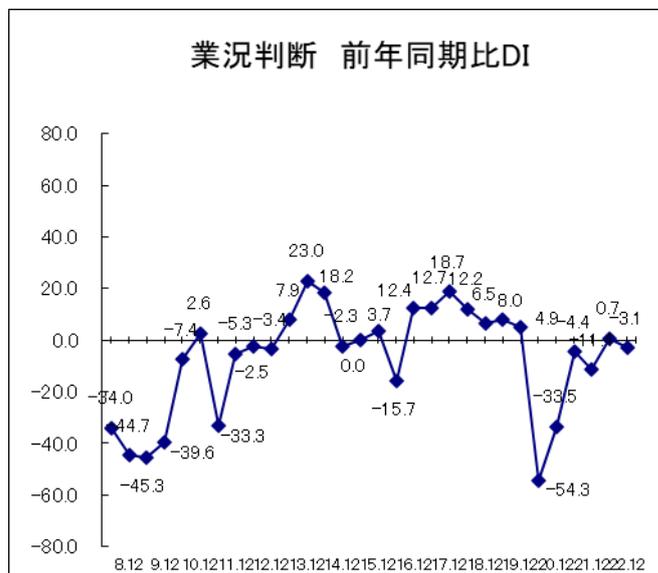
### 【全体】

#### 1. 業況

○前回より悪化し、コロナ禍を通じて好転企業が少数派

前年同期（2021年7～12月期、以下同じ）と比べた今期の業況は「好転」24.4%、「不変」46.9%、「悪化」27.5%、無回答1.3%となっています。

「好転」と「悪化」の差であるDI値は△3.1になり、前回調査よりわずかですが悪化傾向がみられます。コロナ禍に入った2020.6調査以来、DI値はマイナスで好転企業が少数派であり続けています。

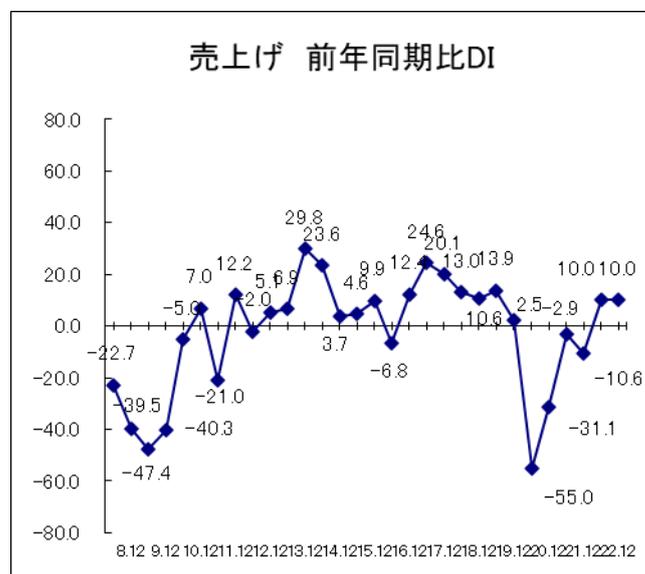


#### 2. 売上げ

○横ばい傾向で、売上げは「増加」傾向を維持

前年同期と比べた今期の売上げは「増加」31.9%、「横ばい」44.4%、「減少」21.9%、無回答1.9%となっています。

「増加」と「減少」の差であるDI値は10.0となり、前回同様、売上げ「増加」企業は「減少」を一定程度上回り、DI値はプラスを維持しています。

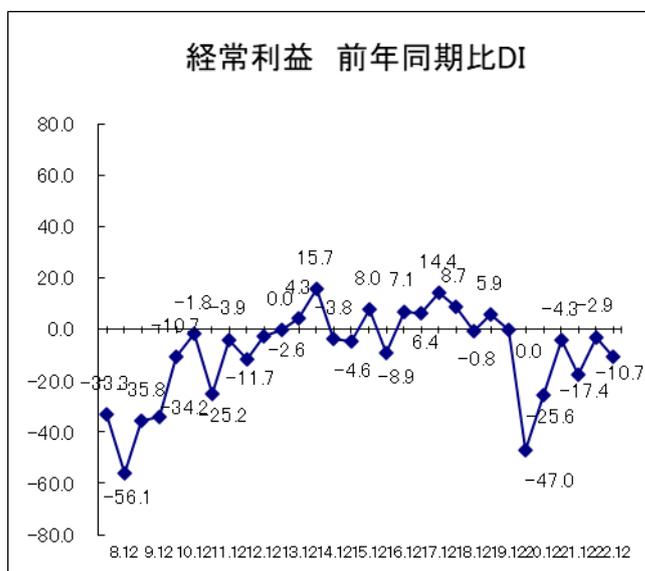


#### 3. 経常利益

○DI値は前回より下落し、回復傾向とは言いがたい

前年同期と比べて、今期の経常利益は「増加」23.1%、「横ばい」42.5%、「減少」33.8%、無回答0.6%となっています。

「増加」と「減少」の差であるDI値は△10.7ポイントと、前回調査より下落し、回復傾向が続いているとは言えない状況となっています。



## 業種別

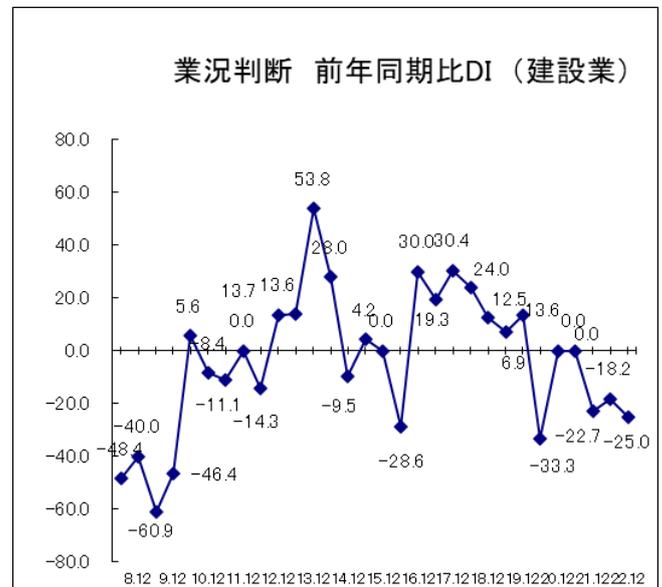
### 【建設業】

#### 1. 業況

##### ○続く低迷状態で、3期連続のマイナスDI値

前年同期と比べて、今期の業況は「好転」12.5%、「不変」50.0%、「悪化」37.5%で、DI値は△25.0と大幅な低下となりました。

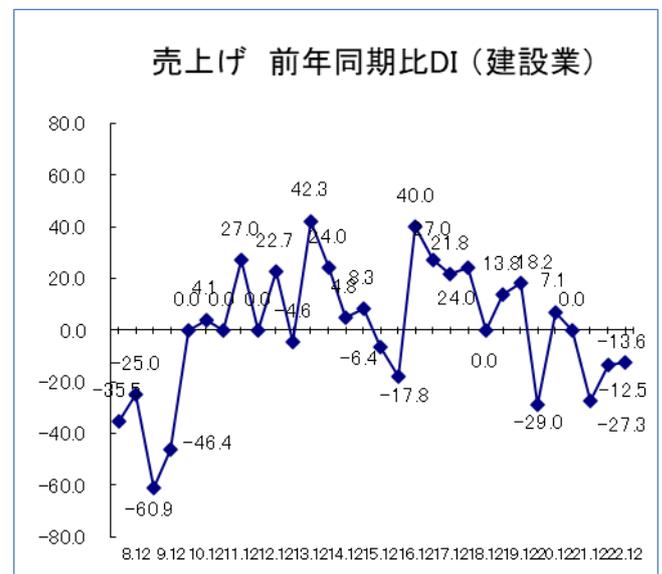
「悪化」した企業が多く、前回からさらに悪化が伸びており、3期連続マイナスDI値は2008年のリーマンショック期以来の傾向である。



#### 2. 売上げ

##### ○前回より改善するも3期連続マイナスDI値

前年同期と比べて、今期の売上げは「増加」21.9%、「横ばい」40.6%、「減少」34.4%で、DI値は△12.5となりました。売上げ「減少」企業は前回より若干低下したことで、DI値は若干改善しています。しかし、業況同様、3期連続のマイナスになっており、売上げは伸び悩んでいます。

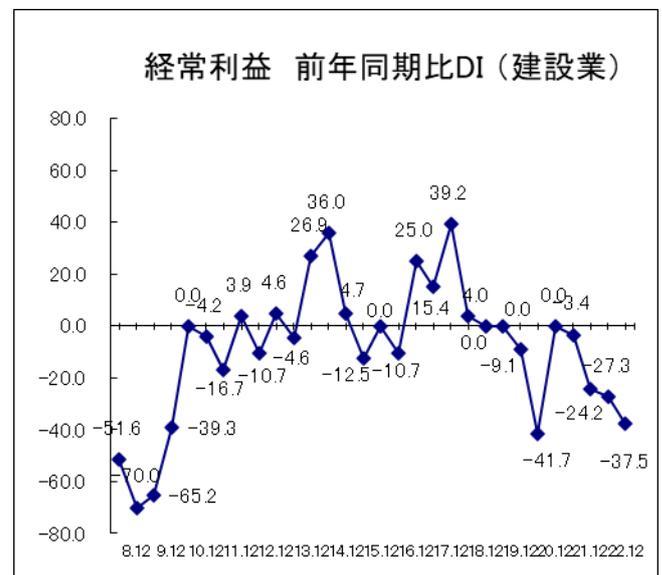


#### 3. 経常利益

##### ○減少が拡大し、4期連続マイナスDI値へ

前年同期と比べて、今期の経常利益は「増加」12.5%、「横ばい」37.5%、「減少」50.0%で、DI値は△37.5となりました。

経常利益は4期連続マイナスDI値で前回よりも大きく下がっています。4期連続で下がり続けており、コロナ禍が始まって、大きく落ち込んだ水準にまで近づいています。

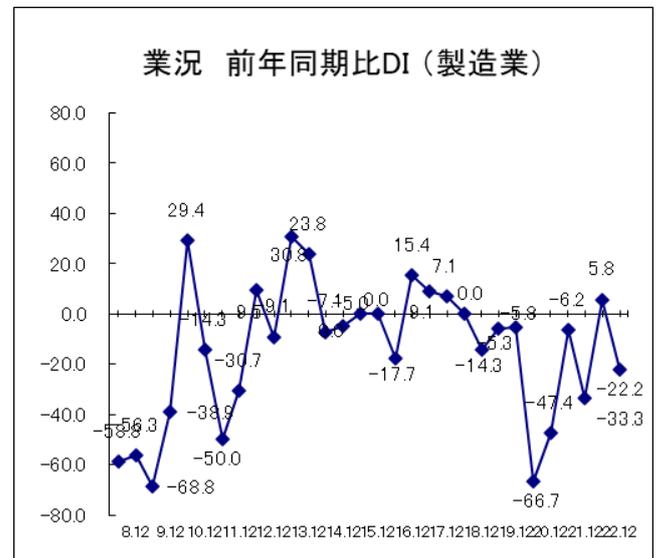


## 【製造業】

### 1. 業況

#### ○DI 値プラスから大きくマイナスへ

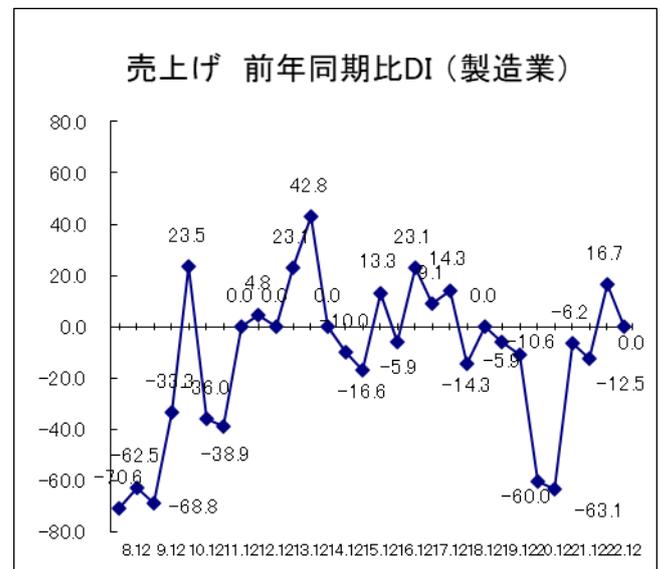
前年同期と比べて、今期の業況は「好転」16.7%、「不変」44.4%、「悪化」38.9%で、DI 値は△22.2 と前回より大幅に悪化し、前回の DI 値プラスから一気にマイナスへ転換しています。ここ2年の間、激しいアップダウンを繰り返しています。



### 2. 売上げ

#### ○回復傾向が止まった形に

前年同期と比べて、今期の売上げは「増加」27.8%、「横ばい」44.4%、「減少」27.8%となり、DI 値は0.0 と前回より大きく悪化しました。辛うじて、マイナス DI 値にはなっていませんが、回復傾向が止まった形になります。

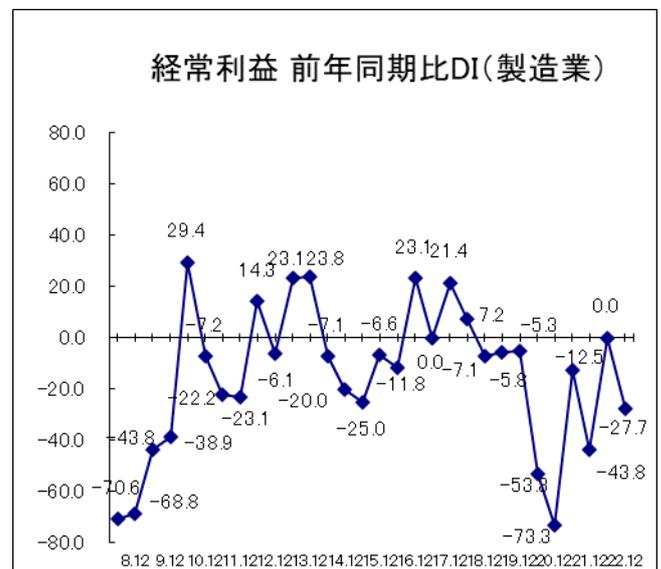


### 3. 経常利益

#### ○前回より大きく悪化し、4年にわたりDI 値がマイナス

前年同期と比べて、今期の経常利益は「増加」16.7%、「横ばい」38.9%、「減少」44.4%で DI 値は△27.7 と前回よりも大きく低下しました。

業況同様に激しいアップダウンとなっており、前回の DI 値が 0.0 を除いて、4年もの間、DI 値はマイナスを継続しており、事業継続のモチベーションを下げ続けていることが懸念されます。



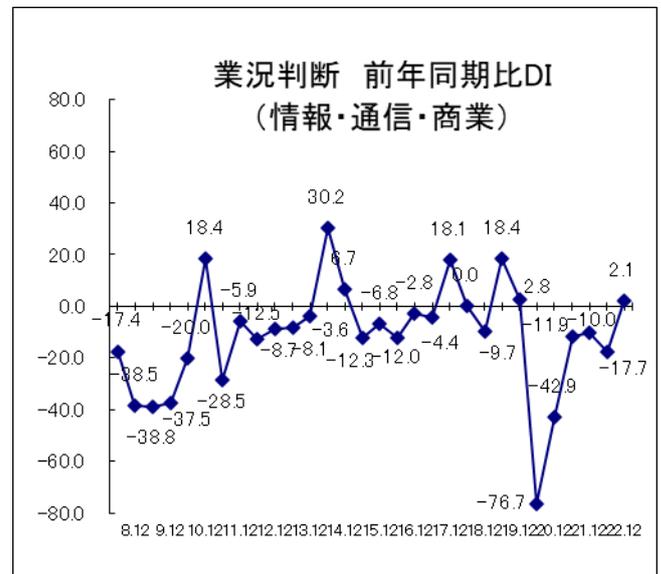
## 【情報・通信・商業】

### 1. 業況

#### ○3年ぶりのDI値プラス

前年同期と比べて、今期の業況は「好転」27.1%、「不変」47.9%、「悪化」25.0%でDI値2.1はとなりました。

前回調査から大きく改善しておりDI値も3年ぶりにプラス値を示しています。

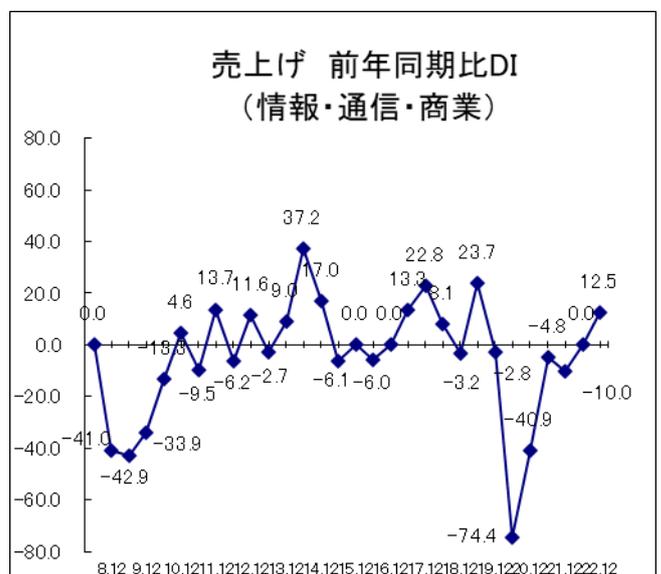


### 2. 売上げ

#### ○回復基調が続く

前年同期と比べて、今期の売上げは「増加」31.3%、「横ばい」47.9%、「減少」18.8%、無回答2.2%で、DI値は12.5でした。

前々回から回復基調になる2期連続回復となりました。消費の回復傾向の反映と考えられます。

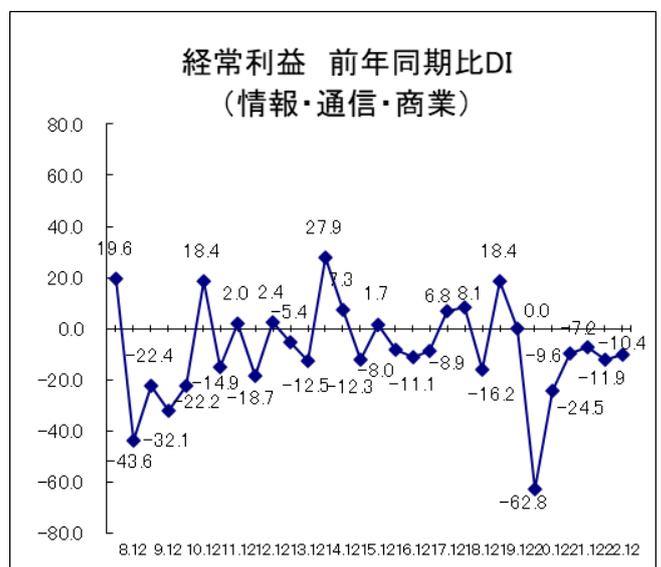


### 3. 経常利益

#### ○利益が減っていく状態が続く

前年同期と比べると、今期の経常利益は「増加」22.9%、「横ばい」43.8%、「減少」33.3%で、DI値は△10.4でした。

前回とほぼ同じDI値で、回復の兆しは見られず、低迷状態が続いています。業況や売上げでは、回復基調ですが、経常利益は厳しい状態であり、利益減少が続いています。



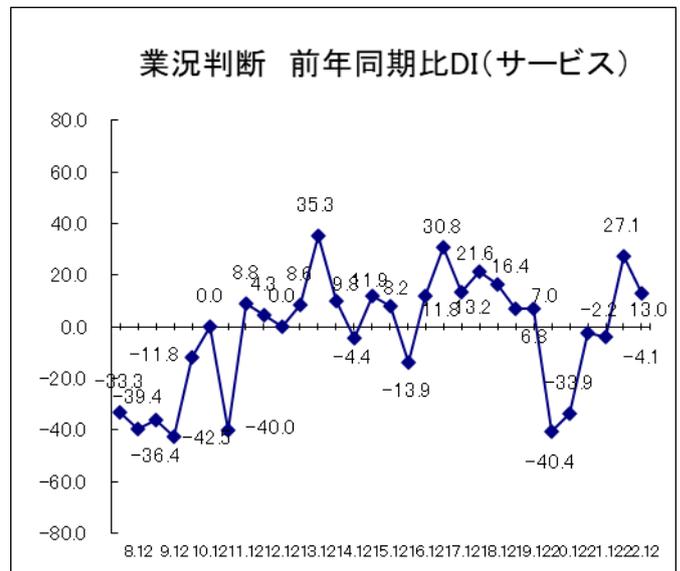
## 【サービス】

### 1. 業況

#### ○前回より下がったものの、まだ好調

前年同期と比べて、今期の業況は「好転」31.5%、「不変」48.1%、「悪化」18.5%、無回答 1.9%で DI 値 13.0 となっています。

前は大きく伸びた DI 値でしたが、少し落ち込んでいますが、まだ 2 桁台の DI 値と好調です。

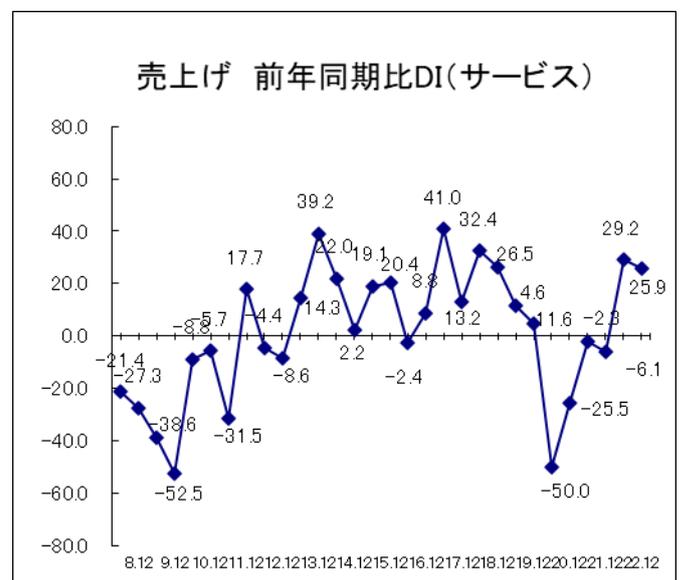


### 2. 売上げ

#### ○好調を維持

前年同期と比べて、今期の売上げは「増加」40.7%、「横ばい」44.4%、「減少」14.8%で DI 値は 25.9 となりました。

前回、かなり急回復しましたが、その水準を維持しており、若干下がりにはしたものの横ばい傾向にあります。売上げも好調を維持していると判断できます。

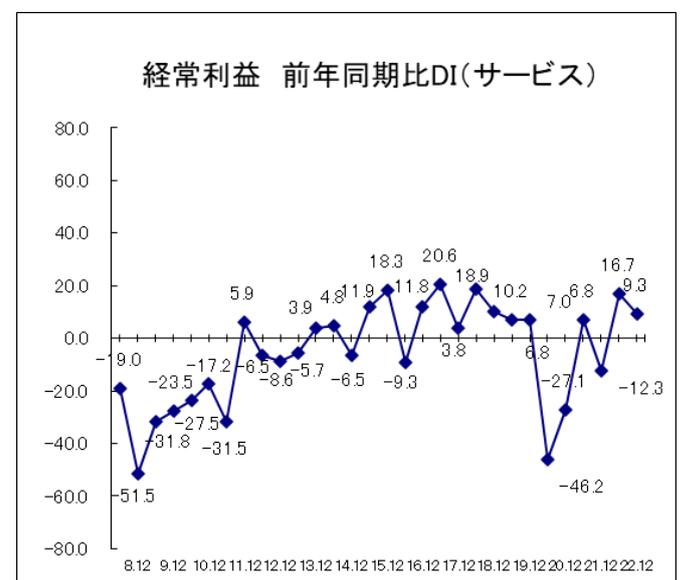


### 3. 経常利益

#### ○業種のなかで唯一の DI プラス値で好調継続

前年同期と比べて、今期の経常利益は「増加」31.5%、「横ばい」46.3%、「減少」22.2%で、DI 値は 9.3 となりました。

業況や売上げ同様、前回より若干低下傾向にありますが、大きくは崩れておらず、好調を維持していると判断できます。各業種とも、経常利益の確保に苦労しているなかで、唯一の DI 値がプラス維持となりました。



## 【営業利益】

### ○経常利益と同様の傾向で、建設業や製造業の悪化が心配

前年同期と比べて、「増加」22.5%（前回25.0%、前々回19.7%）、「横ばい」42.5%（同45.0%、同37.1%）、「減少」33.1%（同29.3%、同41.7%）、「無回答」1.9%（同0.7%、同1.5%）でした。DI値は△10.6（同△4.3、同△22.0）と前回より低下しています。前回DI値はマイナスながらも回復傾向にありましたが、今回はまた下降傾向になっています。

業種別でみると、建設業は、「増加9.4%」（前回18.2%、前々回13.6%）、「横ばい」43.8%（同36.4%、同31.8%）、「減少」46.9%（同46.5%、同50.0%）、DI値は△37.5（同△27.3、同△36.4）と前回若干DI値は改善傾向を見せましたが、前々回よりも悪化しており、経常利益と同じ結果になっています。

製造業は「増加」22.2%（前回38.9%、前々回13.3%）、「横ばい」33.3%（同27.8%、同20.0%）、「減少」44.4%（同33.3%、同66.7%）となり、DI値は△22.2（同△5.6、同△53.4）とこちらは1年前の前々回ほどではありませんが、悪化傾向にあります。

情報・通信・商業は、「増加」18.8%（前回17.8%、前々回22.5%）、「横ばい」45.8%（同48.9%、同42.5%）、「減少」31.3%（同31.1%、同32.5%）、「無回答」4.2%（同2.2%、同2.5%）となり、DI値は△12.5（同△13.3、同△10.0）と前回並みでマイナスのまま横ばい傾向が続いています。

サービス業は、「増加」33.3%（前回33.3%、前々回22.5%）、「横ばい」42.6%（同45.8%、同42.5%）、「減少」24.1%（同20.8%、同32.5%）となり、DI値は9.2（同12.5、同△10.0）と若干低下してはいますが、プラスを維持しています。

各業種の経常利益と比べ、どの業種もほぼ同じ程度になっており、経常利益も大きく悪化した建設業や製造業の悪化が際だっています。対称的に、情報・通信・商業は持ちこたえ、サービスは好調を維持しています。

## 【次期の業況見通し】

### ○前回の見通しの期待は外れたが、次期も建設業を除き、引き続き改善への期待大

次期（2023年1～6月期）の業況水準の見通しについての調査を行いました。業況水準を5段階（良い、やや良い、そこそこ、やや悪い、悪い）で回答してもらっています。無回答は除いて集計し、良い＝5点、やや良い＝4点、そこそこ＝3点、やや悪い＝2点、悪い＝1点とした加重平均を全体および業種別で算出し、下記の表に示しています。標準は3点であり、これを下回ると次期は今期よりも悪化すると考える企業が多いことになります。

業種計でみた場合（回答企業157社）、2.78点と前々回から悪化傾向が続いており、コロナ禍の影響は徐々になくなってきても、物価上昇に代表される経済の不安定さの影響が影を落としておりとみられます。

業種別でみた場合、サービス業のみ前回見通しを上回りました。2020年から上昇傾向が続いています。一方、その他の業種は全て3点を下回っており、見通しの暗さが目立ちます。このなかで建設業は異なる傾向にあります。前回からは上昇し、業種計平均よりも高くなっています。今期の建設業の業況では悪化しましたが、次期にかけての見通しの期待が高まっています。

今回、特に厳しい結果は製造業や情報・通信・商業です。製造業は前回、前々回と見通しは3点を超えていましたが、今回は大きく下落しました。今期の業況も悪化しており、原材料の価格高騰の影響が懸念されます。

### <業種計・業種別>

次期の業況見通し	計	良い	やや良い	そこそこ	やや悪い	悪い	2022.12	2022.6	2021.12	2021.6	2020.12
業種計(N=157)	100.0%	6.9%	14.4%	38.1%	32.5%	6.3%	2.78	2.87	2.94	2.76	2.61
建設業(N=32)	100.0%	9.4%	12.5%	37.5%	31.3%	9.4%	2.81	2.57	2.59	2.79	2.86
製造業(N=18)	100.0%	11.1%	0.0%	38.9%	33.3%	16.7%	2.56	3.11	3.27	2.75	2.63
情報・通信・商業(N=47)	100.0%	0.0%	12.8%	40.4%	38.3%	8.5%	2.57	2.76	2.92	2.61	2.46
サービス業(N=52)	100.0%	9.6%	21.2%	40.4%	28.8%	0.0%	3.12	3.06	3.00	2.74	2.69

【まとめ（天気予報形式）】

○半年ごとに変わるめまぐるしい変化

以上の景況感を快晴、曇り時々晴れ、曇り、小雨、雨の 5 段階で表現するために天気図で表してみました。以下、その説明になります。

業況・売上げ・経常利益・営業利益について、DI 値がプラス値で、DI 値が増加していれば「快晴」とします。プラス値でも前回よりも減少していれば「曇り時々晴れ」とします。

DI 値がマイナス値の場合は、DI 値が 10 未満ならば「曇り」とします。なお、前回よりも改善していれば「曇り時々晴れ」とします。

DI 値が△10 以下の場合は「小雨」とします。なお、前回より DI 値が改善していれば、「曇り」とします。

DI 値が△20 以下の場合は「雨」とします。なお、前回より DI 値が改善していれば、「小雨」とします。

次期見通しは、3.5 点以上を「快晴」、3.0～3.4 点を「曇り時々晴れ」、2.9～2.5 点を「曇り」、2.4～2.0 点を「小雨」、1.9 以下を「雨」とします。

以上の方法にて業況を全体と業種別で天気図を使って示すと下記のようにになります。全体状況では天気は一旦回復しましたが、また雲行きが怪しくはなっていて、当分このままの状態です。今回は建設業と製造業で雨であり、他は快晴だったりしており、業種による差が大きくなっています。また、天気図でみると今回は 1 年前の天気図と似ています。次期は回復傾向の見通しがみられ、アップダウンを繰り返す環境変化の激しい時期になっていることが分かります。

<景気天気図の変化>

	2021. 6	2021. 12	2022. 6	2022. 12 (今回)	次期見通し
全体					
建設業					
製造業					
情報・通信 ・商業					
サービス					



## V. 当該期間の経営上の問題点

### ○仕事はあっても立ちはだかる経費上昇の壁

今期の経営上の問題点について、選択肢より3つまで選んでもらいました。

第1位は物価上昇の影響を受けて、前回、前々回から大きく伸ばした「仕入れ単価の上昇」が58.1%と際だった高さを示しています。

その後に全体の2割程度の企業が課題として挙げた、「人件費の増加」が26.9%、「従業員の不足」が24.4%、「民間需要の停滞」が23.8%と続きます。「従業員の不足」と「人件費の増加」では、前回と逆転しました。「民間需要の停滞」は低下傾向にあるように、仕事はあっても経費増加で経営に苦しんでいることが窺えます。

	36回(今回)	35回(前回)	34回(前々回)
①仕入れ単価の上昇	<b>58.1</b>	51.4	44.7
②人件費の増加	<b>26.9</b>	21.4	20.5
③従業員の不足	<b>24.4</b>	32.1	30.3
④民間需要の停滞	23.8	27.1	28.8
⑤熟練技術者の確保難	12.5	8.6	9.8
⑥仕入先からの値上げ要請	<b>11.9</b>	20.0	15.2
⑦同業者相互の価格競争の激化	10.0	13.6	13.6
⑦取引先の減少	10.0	7.9	7.6
⑨管理費等間接経費の増加	9.4	5.7	3.8
⑩新規参入者の増加	8.8	7.1	5.3
⑪官公需要の停滞	7.5	10.7	12.1
⑫下請け業者の確保難	6.3	7.1	7.6
⑬大企業の進出による競争の激化	5.0	5.7	4.5
⑭販売先からの値下げ要請	3.1	1.4	1.5
⑮税負担の増加	2.5	3.6	3.8
⑯事業資金の借入難	1.9	1.4	1.5
⑰金利負担の増加	1.3	2.1	3.8
⑱輸入品による圧迫	0.6	1.4	0.8
⑲輸出困難	0.6	0.7	0.8

注：網掛けは前回より数値が上がった項目。また、斜字は前回よりも5ポイント以上変化した数値。

## VI. 現在の取組み状況

### ○コロナ禍で伸びた「新規受注（顧客）の確保」が大幅に低下

現在の取組み状況について、選択肢より3つまで選んでもらったところ、これまで最も多かったのは「新規受注（顧客）の確保」でしたが、今回は大幅に低下しました。コロナ禍では、大きく需要が減退したなかで、今回最も高かったのは「人材確保」39.4%で、次いで「付加価値の増大」38.1%となっています。前回と大きな変化は、コロナ禍で大きく伸びていた「新規受注（顧客）の確保」が急減したことです。その他の項目は大きな変化はなかったなかで突出した形になっています。

全体傾向として、売上げは回復している一方、物価高で利益が出ないことが影響していることが窺えます。需要は確保されているなかで、いかに「付加価値の増大」につなげられるのか、そのための「人材確保」が期待されているように解釈ができます。

	36回(今回)	35回(前回)	34回(前々回)
①人材確保	39.4	37.1	42.4
②付加価値の増大	38.1	37.9	34.8
③新規受注(顧客)の確保	<b>33.8</b>	45.7	47.7
④社員教育	22.5	25.0	25.0
⑤新規事業の展開	20.6	22.1	20.5
⑥人件費以外の経費削減	20.0	21.4	14.4
⑦財務体質の強化	16.9	16.4	22.7
⑧情報力強化	16.3	12.1	12.1
⑨機械化促進	14.4	10.0	5.3
⑩得意分野の絞り込み	11.3	15.0	6.8
⑪研究開発	3.1	3.6	3.0
⑫機構改革	2.5	2.9	1.5
⑬人件費削減	1.3	1.4	0.0

注：網掛けは前回より数値が上がった項目。また、斜字は前回よりも5ポイント以上変化した数値。

## Ⅶ. 仕入れ価格・原材料価格上昇に対して、どのような対応・取組みをしていますか？

### ○ 価格転嫁をせざるをえない企業の増加が景気を悪化させている可能性

今回、仕入れ価格・原材料価格上昇について、自由回答で聞いています。「特になし」や「仕入れはない」などを除いて、全ての回答を業種別に掲載しています。108企業（67.5%）の経営者から意見を頂きました。

全体的に、販売やサービスの価格に物価上昇分を転嫁する回答が多くなっています。価格転嫁を避けようとする取り組みもみられますが、価格転嫁手法が多数を占めていることから、多くの企業では、企業努力では、対応できないことが分かります。この他に、仕入れ先の見直しで対応することや、見積もりを取直す形で、価格転嫁しない取組みもみられます。

業種別にみると、建設業では見積もりなどを取直し、価格転嫁へ向かう企業が多く、製造業も同様です。卸売・小売業では、価格転嫁で対応することが広がっており、サービス業は、仕入れ先や業務の見直しで対応しています。業種によって、取れる手段は限られていて、今回の景況調査との連動でみると、価格転嫁せざるをえない業種では、その分、売上げ額は見かけ上、大きくなる一方、利益は薄く、物価高が景気を悪化させる要因になっていることが懸念されます。

### <業種別コメント一覧>

#### ○農林水産業

- ・国内、県内産の飼料（米）などを作ってもらい、輸入に頼らない工夫をしています。

#### ○建設業

- ・見積り原価に反映している。見積ごとに原価管理を行い、必要であれば見積単価と経費をアップしている。
- ・顧客への説明による追加契約のお願い。
- ・売上規模の上昇によるスケールメリットとマニュアル化に伴う経営の効率化。
- ・契約済案件は仕入れ前倒しにして、値上げ前に仕入れた。
- ・販売価格へ転嫁。
- ・見積期限の短縮化 有効期限 1月以内で見積。
- ・検討中（値上げ対策）。
- ・顧客への販売価格の見直し依頼。
- ・交渉強化。
- ・なるべく、受注価格へ反映させていくようにはしている。
- ・見積金額 up。
- ・数社の見積もりを取るが、単価を抑えることは難しい。
- ・材料を大事に取り扱う（使いかけから使っていく）。取引先様へ周知していただくためにメーカーさんに同行（説明）。
- ・価格上昇の少ない仕入れ先へ変更や、販売価格値上げ。
- ・見積単価への反映（上がった分）、資源ロス（無駄遣い）しないよう、見積制度の向上。
- ・お客様への金額は値上げせずに、あえて据え置きで価格設定を行っております。
- ・現場で原価意識を持つように指導している。顧客に対して実情を話し、工事費を上げてもらっている。
- ・交渉。
- ・数社による見積もり比較。
- ・スライド協議。
- ・価格転嫁。営業情報の共有の強化（毎日ミーティング）。
- ・設計単価に速やかに反映する。スライド条項の活用による変更。民間調査機関に協会を通じてスピーディーに調査するよう要望。
- ・仕入れ価格の上昇はどの業者も同じく上昇となる為、個人のお客様及び、工務店、ゼネコンなどにはその旨を十分にお伝えし了承を得ている。
- ・価格転嫁。

#### ○製造業

- ・資材ロットの調整、商品の値上げ予定。
- ・顧客への値上げ。
- ・価格転嫁。
- ・販売価格への転嫁
- ・なるべく取引先に値上げを要請している。
- ・値上げ、経費削減等。

- ・仕入れ価格が上昇している事を客先に粘り強く伝えていく。
- ・商品の値上げを実施。
- ・販売単価の見直し（値上げ）をお願いしている。
- ・客先との価格交渉。
- ・構造上の問題もあり価格転嫁が出来ず営業利益率が↓になっている。
- ・商品 Price 改定要請を行っているが、承認頂けないケースが非常に多い。
- ・価格転嫁。

#### ○電機・ガス・熱供給・水道

- ・顧客説明。
- ・仕入れ先を増やす。

#### ○運輸・通信業

- ・各種補助金の活用。
- ・値上げ対応。
- ・県と市の補助金を申請。

#### ○卸売・小売業

- ・上昇前の仕入れを行ない、周辺状況を見ながら、価格転嫁していますが、いずれも利益減少の状況です。
- ・販売価格に転嫁して、利益を確保している。
- ・販売価格の見直し。
- ・一部商品の内容量を減らすなど実質値上げ。
- ・販売価格の表示方法、ポップ等。
- ・受け入れる。
- ・価格転嫁を極力すすめる。
- ・販売価格の見直し。
- ・値上げ要請。
- ・お客様に丁寧に説明して仕入れ上昇分につき値上げさせてもらってます。年契約しているところには原価を切って販売することもあります。
- ・販売先への価格交渉。
- ・価格転嫁しか対応はないので、取引先に情報を提供して、スムーズな価格転嫁に努めています。
- ・値上げの要請。
- ・売価を変更できるものは値上げしています。
- ・売価転嫁、付加価値の提供。
- ・付加価値（技術面、独自性など）を付けて販売価格を上げる。
- ・値上げ。
- ・販売金額への価格転嫁。
- ・売価アップの案内をしていく。
- ・可能な限り安く仕入れる努力をしています。仕入食品原料（小麦、砂糖等）の価格の安定。→（原油上昇対策の開示給付等）。

#### ○不動産

- ・販売価格、建物面積の見直し。

#### ○飲食店

- ・付加価値の増強。
- ・商品の値上げを実施。
- ・自社工場製品比率を上げる努力を行っています。
- ・仕入れ商品数を減らす。

#### ○医療、福祉

- ・仕入れ先の見直し。
- ・値上げ。
- ・商品の見直し。仕入れの細分化。
- ・全体的に節約の呼びかけ。
- ・価格転嫁できる範囲で行っている。
- ・行政からの支援活用。
- ・補助金の活用。

- ・仕入れの効率化。
- ・光熱費（ガソリン代）・通信費の見直し。

#### ○（対事業所）サービス業

- ・お客様への理解と値段交渉。
- ・仕入先の見直し。
- ・販売単価の値上げ、仕入れ業者の選定。
- ・無駄な経費削減。
- ・何も出来ていない。
- ・ロットの縮小、無駄の削除。
- ・出来る限りの価格転嫁。
- ・仕入れ先の見直し。
- ・販売先への値段交渉。
- ・使用料の節減に努力。
- ・業務見直し 業務効率化。
- ・社員へ数字意識を持ってもらうための取り組みをしながら生産性の向上を図り、同時に吸収しきれないであろう部分を料金改定によりお客様に負担していただいている。
- ・販売価格の見直し。
- ・税制優遇。

#### ○（対個人）サービス業

- ・取り敢えず交渉。
- ・宿泊単価アップしながら調整中。
- ・しばらくは様子見。
- ・仕入れ先との価格交渉（相互関係悪化にならないこと前提）/新規の取引先の獲得。

#### ○その他

- ・今のところ、特に影響は少ないが、今後値上げせざるを得なくなる。
- ・客先への価格転換。

## Ⅷ. 県や市町村、金融機関などへ要望したいことがありますか？

### ○公共事業の改善、物価高に対応した補助金、借入期間延長、人材不足への対応

自由回答により、こうした状況をふまえて、県や市町村、金融機関などへ要望したいことについて、聞いてみました。要望のあった企業、48企業（30.0%）の意見をみていきます。

全体をみると、建設業で回答が多くなっており、内容は公共事業の発注に関するもので、発注価格上昇、平準化：簡素化、事業拡大などとなっています。製造業も入札価格の見直しなど、物価高への対応を求めています。卸売・小売業や医療・福祉では、資金面での要望として、金利や借入期間の問題が出てきています。比較的、景況が好調なサービス業では人材不足への対応がみられます。

### <業種別コメント一覧>

#### ○農林水産業

- ・人手不足なので、人材紹介などをしてほしい。

#### ○建設業

- ・どうしても年度末に入札が多いので、発注の平坦化をお願いしたい。
- ・県の公共工事の発注数が少ない。工事金 20%アップしてほしい。
- ・利子補給の継続。
- ・公共工事の価格を適性価格まで上げていただきたい。
- ・景気対策資金を増やす。
- ・コロナ支援金（県）。
- ・ヨーロッパなどで外国人移民による国力低下で経済に大きく打撃を受けています。同じ轍を踏まない様に政策を行って欲しいです。
- ・インフラ更新再生による未来投資と景気活性化。
- ・単価を上げて欲しい。
- ・国土強靱化推進。
- ・行政に対して。ペーパーレスの推進など、工事書類の簡素化などあるが、大前提として技術者不足による人材難。働き方改革が急務なのは官庁なのでは？と個人的には感じます。
- ・自治体に対しては、建築工事が少ないので、新築に限らず、増改築や改修工事等の発注を増やしてほしい。
- ・リサイクル認定を頂いた商品について県や市町村で取り扱って欲しい。（地産地消）
- ・行政へは、少子化対策！今すぐに思い切った方針と対策を。
- ・新規事業としてソフト開発を行っていきたくて考えておりますが、開発資金の確保に困っております。何かいい方法があれば助かります。
- ・無金利融資。
- ・公共工事などを通じた地域経済の活性化。
- ・中長期的に工事発注計画の開示をしてほしい。
- ・県や市町村の公共の現場では、書類作成が多く時間を取られるため、もう少しデジタル化をしてほしいと思います。

#### ○製造業

- ・ものづくり補助金等の相談に乗って欲しい。
- ・県や市町村から下見積りを依頼されることが多いが、材料費が上がり続けているため、実際の入札時に価格が合わないことがある。理解してほしい。
- ・発注の増加。
- ・中小企業振興基本条例をベースに円卓会議を活性化する事。
- ・情報処理、書類等の簡略化、電子化等で事務負担を軽減してほしい。
- ・教育機関へ力を入れて欲しい。
- ・一方的な原材料費値上げにより営業利益が減少している中小企業を救済する「原材料補助金」を期間限定で実施してほしい。12の根拠資料を提出した場合に（値上げが認められない場合）一定の補助金制度を2023年に策定してほしい。

#### ○電機・ガス・熱供給・水道

- ・県の取組に対して、市の質が低いいため、何処から手を出すべきか迷う。（知らない、わからない、できないが多い。）

## ○運輸・通信業

- ・社保の負担減の対応。
- ・金利の支払いを伸ばしてもらいたい。
- ・補助金（別府市）など出して頂き、大変ありがたく思っています。

## ○卸売・小売業

- ・金融機関へ無担保無利息融資の継続。
- ・金利を下げてもらおう。
- ・補助金、給付金の対象条件が良くない。金融機関は金利を上げずに引き続き支援を。
- ・借入金の期間延長（据え置き期間）、減税や、社会保障費の軽減による国内消費（景気）の拡大。
- ・自社で取り組めることをしっかり行う想いです。
- ・賃上げするならば、個人能力の向上支援。ひとりひとりが成果（営業利益）をだせる人材になるにはどうすればよいか？を重要視した政策をたててほしい。

## ○医療、福祉

- ・経営状況悪化しているところへの融資。
- ・支援金、補助金には感謝するが物価上昇に根本的解決には対応できていないので、為替などの金融政策をお願いしたい。
- ・他県からの新規事業者の進出についての精査強化。
- ・金利を下げたい。

## ○（対事業所）サービス業

- ・人材の不足が顕著。生活困窮者支援や高齢者、障がい者雇用の視点から積極的なマッチングが出来ないか。草の根的な現場レベルで縦割りの枠を超えた取組が必要。（生活保護を受けているが短時間なら働けるような人を地元企業に紹介するなど・・・）。
- ・委託料の適宜適切な見直し。
- ・中小・零細企業が原材料高騰部分を価格転嫁しやすい環境づくりを県や市町村へ期待したい。あと、金融機関の金利の補填をしていただけるとありがたいです。

## ○（対個人）サービス業

- ・コロナ特別貸付の返済が来年からスタートしますが、返済の猶予など様々検討して頂きたい。

## ○その他

- ・一般運送業への補助金はあるが産業廃棄物収集運搬業への燃料高騰対策の補助金はありません。同じトラックを使用しているのに限られた業種への補助は如何なものか。

## IX. 冬の平均賞与（見込み可）はどれくらい

### ○平均 28.0 万円、月数では 1.3 ヶ月と額面・月数ともに上昇傾向で 2018 年の水準に戻る

冬の賞与支給額は有額回答のあった企業の平均額を計算すると平均 28.0 万円（N=83/回答率 51.9%）でした。回答の幅は大きく最低 1 万円から最高 80 万円までのかなりのバラつきがあります。1 年前の 34 回景況調査で行った 2021 年の冬の平均賞与額は 27.1 万円（N=81/回答率 61.4%）でした。この間、賃上げ傾向は続いています。2018 年の賞与は平均 28 万円を越えていましたが、そこから減少しつづけてきましたが、概ね 5 年前の水準に回復しています。また、このトレンドは前回 35 回調査の夏のボーナスの 27.3 万円（N=79/回答率 56.4%）と比較しても明白で、夏冬あわせて、上昇傾向にあります。

支給月数について、回答のあった企業の平均月数を計算すると平均 1.3 ヶ月（N=93/回答率 58.1%）でした。最低月数は 0.2 ヶ月分と最高月数は 2.6 ヶ月となっています。金額ベース同様、昨年冬の調査（34 回）は 1.2 ヶ月分（N=80/回答率 60.6%）、前回（35 回）の夏のボーナスは平均 1.2 ヶ月（N=89/回答率 63.6%）で、月数も上昇しています。

## X. 総括提言

### ○見通しがきかないなかで、自分たちの未来をしっかりと考える

昨年で、コロナ禍が終わっているはずでした。しかし、年末から年始にかけて再拡大しました。幸い、大きな混乱は報じられてはいません。このなかで、われわれの忘れっぽさを反省することになります。エッセンシャルワーカーとして注目された看護師や介護士の疲弊は、あまり報じられなくなっています。しかし、その重労働に対して、イギリスやドイツやフランスでは、物価高のなかで医師・看護師たちの大規模ストが行われており、多くの人が支持をしています。イギリスの看護師ストは6割の人が支持しているとされます。弁護士や鉄道、ゴミ収集、教員など公務サービス部門で働く人たちも生活できなく、ストが起きており、支持を得ています。日本では到底考えられない救命救急や消防もストに入り、警察もストはできないが定時で帰るなど、遵法闘争に出ています。公務員の賃金が日本よりも抑えられている英国の事情もありますが、物価高や燃料高で生活に困っており、「生活ができる賃金」にたいして世論を喚起した行動で、一部の賃金上昇が実現しています。これらは労働者による生計費を獲得する運動ですが、何かをここから学べるでしょうか。

賃金は企業にとってみればコストの側面もあり、経営にとって賃上げはやりたくても出来ない側面もあります。しかし、大きくみると、それは人への分配を通じて社会的な機能を持つお金でもあります。物価や税金あるいは子どもや親などの扶養に関する経費がジワジワと上がるなかで、賃金が上がらなければ、生計費が足りなくなるだけではありません。一番の問題は、何かをやってみようという切っ掛けを持たない、やろうとしてもお金がないから諦めることにあります。お金だけが唯一の手段ではありませんが、事業をするにも最初の初期投資が重要です。人を活かしていくお金（賃金＝人件費）が不足する原因を個人だけで解決はできないことを、労働運動は社会に問題提起をしています。実際、看護師のストは、このままでは看護をする若者がいなくなる危機感があると言われています。政府がやるマクロ的な経済対策は、どうしても寄せ集めの政策であり、足下の経済の情報をもとに組み立てられてはいません。分配機能を高め、継続的な事業ができる環境作りを社会にもっと要請するには、自分たちで施策を作っていく、マクロ経済政策を変えていかなければなりません。大分県は全国的に所得の低い県です。この低さと連動して、大学進学率も低く、婚姻や子育ては賃上げとも連動し、介護の環境もよくありません。今後企業活動が停滞するなかで、持続可能な地域経済にとって、子育て、介護、教育の環境への投資である賃金が目減りすれば、何かをしようという気をますます萎えさせていきます。その意味で、賃金とは人を活かしていく初期投資であり、地域づくりに繋がる意義をみていくことが大切ではないでしょうか。景気の見通しは、当たるも当たらずも八卦的な要素が多分にありますが、人を育てるための活動としての社会運動は、成果を共有しながら作っていくものです。経済政策における単に景気がよくなることとは違った、経済政策が間違っても展望が持てる施策が求められているのではないのでしょうか。

### ○「健康経営」のすすめ

アップダウンの多い景気変動で、ストレスフルな環境に経営者もあれば従業員も同様です。このなかでWin-Win の関係を持つために、「健康」をキーワードにした取り組みをお勧めします。これは大分県などが言っている単に「健康寿命」を延伸すると医療費が低減するというだけでなく、さまざまな雇用創出や関係性創出にもつながっていきます。従業員の食や運動を通じての交流の機会を増やすだけでも、様々な情報収集・共有が可能で、現在、心身の不調を来す人が増えてきています。特にメンタルヘルスについては、年間1兆円（厚生労働省「患者調査」）もの医療費が費やされています。今日、ハラスメントが起きる現場が職場になっています。ここが改善できれば、その費用は別の投資ができます。現在、大分大学経済学部ではノルディック・ウォーク教室で交流人口を増やす社会実験をして、新しい教育を展開しようとしています（2024年改組）。手軽な運動で、若者と一緒に行動するインセンティブで多世代交流による新たな価値を作っています。職場でも展開可能ではないかと考えています。いかがでしょうか。神奈川県立保健福祉大学の兪教授は著書『日本再生のための「プラン B」』（2021年、集英社）で、新しい予防医療教育が地域経済を救う見取り図を提示しています。食料の物々交換や農林水産業で働くことで、自分たちの食料を獲得していくことや、予防医療教育ができる多様な人材を育成することで地域経済の所得を倍増させるユニークなアイデアが詰まっており、今後の地域経済の未来を展望する上で役に立ちます。一読をお勧めします。

#### 大分県中小企業家同友会 第36回景況調査分析報告

2023年2月20日発行

発行 大分県中小企業家同友会 政策委員会

分析 大分大学経済学部経済学科 石井まこと

〒870-0888 大分市三ヶ田町2-3-16 ステラ・コルテ2F

TEL097-545-0755 FAX097-545-074

<政策委員から一言>

### 第36回景況調査報告を受けて

2022年7月～12月期の景況調査の報告が大分大学経済学部石井教授より示されました。

これによりますと、情報・通信とサービス以外の業種は売上・経常利益等が前期よりも後退か更に悪化しています。情報・通信も売上は伸びているのですが、経常利益は減少しています。サービス業だけが売上経常利益が+基調になっています。次期の見通しについては、これもサービス業以外は”何とも言えない“という感じでしょうか。コロナ過の期間、厳しかったサービス業が持ち直し始めたのは”温泉県おおいた“にとっても明るい兆しだと思いますが、物価高騰の余波がどのように波及してくるのか各社まだ掴み兼ねている様な感じもします。特別質問で問いました価格転嫁は概ね出来ている様ですが、必ずしも利益に結びついているとは言えない様です。

各社の経営上の問題点及び取組状況から見えてくるのは、“ひと”の問題だと思います。全国のDORでは、企業規模50人未満と以上で“ひと”の採用に違いがでています。小規模事業者にとっては、“ひと”の問題が企業の付加価値向上や新規事業への取組などにも大きな影響を与えているのだと思います。石井先生は、“ひと”の問題の解決に向けて、賃金の改定や健康経営への取組を通じて経営者と従業員の間で話をしていく場面の重要性を言われています。同友会の言う“労使見解”の精神が時代の流れの中で必要性を問われている気がします。

こうして、改めて調査→分析→解析→報告の流れで話を整理して考えていくと、この景況調査から経済の流れや企業の動向がおぼろげですが見えてくるような気がします。景況調査への回答は1社1社なのですが、それが、形になりますと大きなデータになります。全国や地域、企業規模、業種などの違いも鮮明になります。より分析がはっきりする為には、サンプルとして、調査への回答率向上が大きいです。

折角ですので、同友会の仲間が考えている現状への傾向・課題などを整理して報告するこの機会を、是非とも大分同友会の会員さんに活用して戴ける様に、私達政策委員会も、この景況調査→情勢学習会の良さを今後も発信していきたいと思えます。

<文責>政策委員長 原田 敬史