

2023年5月19日

各位

愛媛銀行

「第100回愛媛県内企業動向アンケート調査結果」について

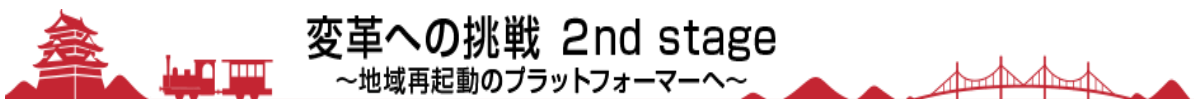
当行（頭取 西川 義教）は、ひめぎん情報センターにおいて、定期的に各種アンケートを実施しています。今回、標記アンケートの調査結果がまとまりましたので、お知らせいたします。

記

【結果の概要】

- (1) 2022年度下期業況DI（実績）は+19と大幅に改善。仕入費用DI（実績）は+68と、前期より低下しているものの依然高い水準。
- (2) 先行きについては、仕入費用の減少傾向がありつつも、業況等は慎重な見方となっている。
- (3) 2022年度下期の設備投資実施企業は、全産業で43%。2023年度上期は39%、2023年度下期は36%と、減少見通し。
- (4) 価格転嫁を既に実施している企業は、製造業は約6割、非製造業は約5割。
価格転嫁を実施している企業は増えているものの、価格転嫁率は30%未満の企業も多く、十分な価格転嫁が難しい状況がうかがえる。
- (5) 賃上げを実施する企業は全体で8割以上。賃上げ内容としては定期昇給やベースアップを行う企業が多く、その賃上げ率については0%以上3%未満の範囲で実施する企業が多い。

※調査結果の詳細につきましては、別途資料をご参照ください。



【お問い合わせ先】 愛媛銀行 企画広報部 TEL 089(933)1111

愛媛銀行

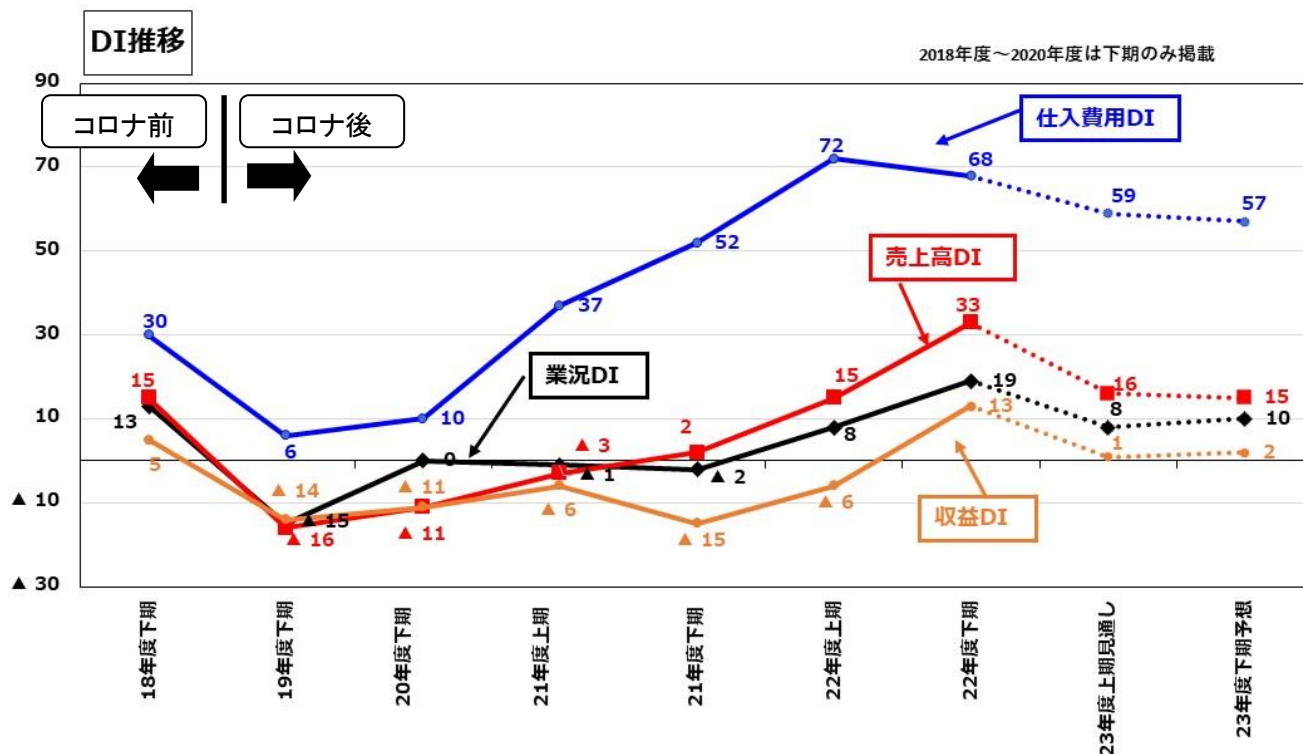
第100回 愛媛県内企業動向アンケート調査結果

～2022年度下期実績、2023年度上期見通し、2023年度下期予想～

【要約】

1. 業況

- (1) 2022年度下期業況DI（実績）は+19と大幅に改善。仕入費用DI（実績）は+68と、前期より低下しているものの依然高い水準。
- (2) 先行きについては、仕入費用の減少傾向がありつつも、業況等は慎重な見方となっている。



- (3) 2022年度下期の設備投資実施企業は、全産業で43%。2023年度上期は39%、2023年度下期は36%と、減少見通し。

2. 原材料価格等の上昇による価格転嫁

- (1) 価格転嫁を既に実施している企業は、製造業は約6割、非製造業は約5割。
今後（見通し・予想）価格転嫁を実施する企業は製造業・非製造業ともに増加する見込み。
- (2) 価格転嫁を実施している企業は増えているものの、価格転嫁率は30%未満の企業も多く、十分な価格転嫁が難しい状況がうかがえる。

3. 2023年度の賃上げ状況

- (1) 賃上げを実施する企業は全体で8割以上。賃上げ内容としては定期昇給やベースアップを行う企業が多く、その賃上げ率については0%以上3%未満の範囲で実施する企業が多い。

4. インボイス制度

- (1) インボイス発行事業者の登録をすでに完了している企業は8割以上。登録申請を予定している企業を含めると9割以上を占めている。

5. 新型コロナ5類引き下げによるビジネス活動への影響

- (1) コロナ以前も現在も会議や打ち合わせではオンラインを使用していない企業（56.3%）が多いが、商談ではオンラインを使用している企業が多く、今後も対面とオンラインを併用する企業（62.3%）は、6割以上を占める。

【調査要領】

調査目的	愛媛県内における企業の経営実態と景気動向の把握
調査対象	愛媛県内に事務所を置く企業
調査方法	Webによるアンケート調査
調査時期	2023年4月
調査期間	実績：2022年度下期（2022年10月～2023年3月） 見通し：2023年度上期（2023年4月～2023年9月） 予想：2023年度下期（2023年10月～2024年3月）
調査項目	業況、価格転嫁、賃上げ、インボイス制度 等

【回答状況】

業種		調査企業数(社)	回答企業数(社)	回答率(%)	構成比(%)
全産業		988	344	34.8	100.0
製造部門	製造業	136	67	49.3	19.5
	建設業	106	44	41.5	12.8
	農林水産業	21	9	42.9	2.6
非製造部門	卸売業	123	39	31.7	11.3
	小売業	140	38	27.1	11.0
	不動産業	49	15	30.6	4.4
	運輸・通信業	59	33	55.9	9.6
	サービス業	354	99	28.0	28.8

※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。

【1. 業況】

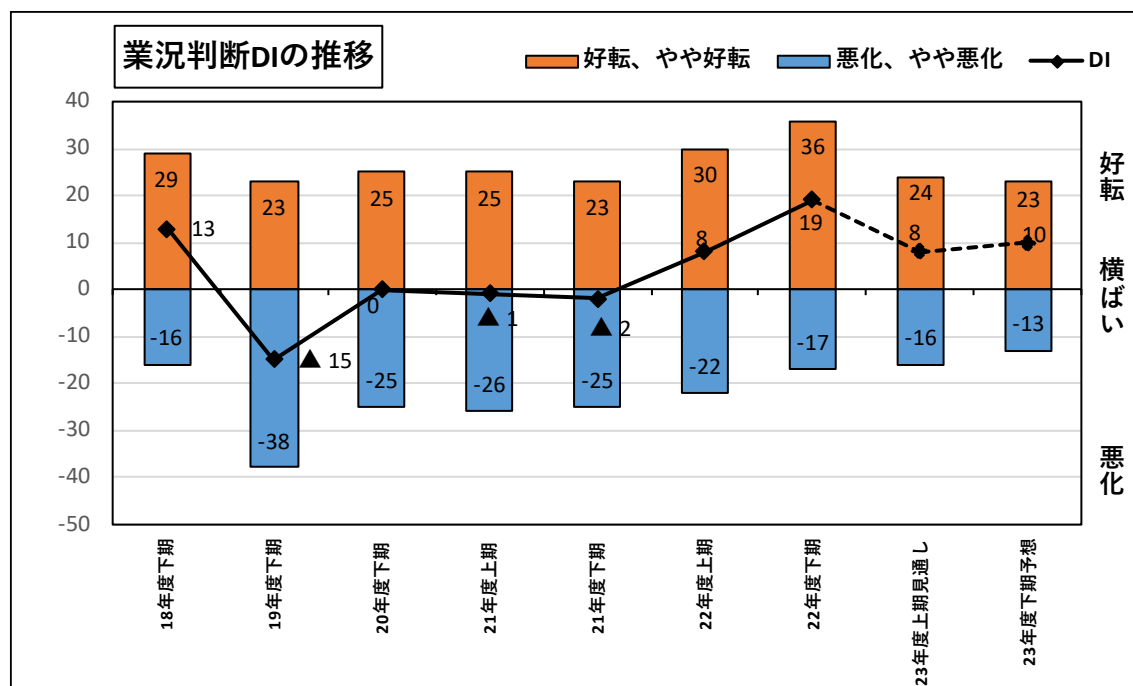
◇ 業況判断

2022 年度下期実績 DI は+19

2023 年度上期見通し DI は+8（前期比 11 ㊦悪化）、2023 年度下期予想 DI は+10（同 2 ㊦好転）

業況判断	D I 推移									
	2018年度 下期実績	2019年度 下期実績	2020年度 下期実績	2021年度		2022年度		2023年度		
				上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想	
全体	13	▲ 15	0	▲ 1	▲ 2	8	19	8	10	
製造部門	20	▲ 9	11	2	1	10	18	▲ 8	2	
非製造部門	10	▲ 19	▲ 6	▲ 3	▲ 2	6	19	17	14	

D I = (「好転」、「やや好転」企業の割合) - (「悪化」、「やや悪化」企業の割合)



1. 2022 年度下期実績 DI

(1) 全体+19、製造部門+18、非製造部門+19

(2) 増加>減少：「宿泊」「食料品」「金属製品」「飲食」「小売」「繊維品」「農林水産」「卸売」「機械器具」「運輸・通信」等

増加<減少：「建設」等

2. 2023 年度上期見通し DI

(1) 全体+8（前期比 11 ㊦悪化）、製造部門▲8（同 26 ㊦悪化）、非製造部門+17（同 2 ㊦悪化）

(2) 製造部門は悪化の見通し、非製造部門は「好転」が減少しつつも、好転超の見通し。

(3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「運輸・通信」「食料品」「医療・保健衛生」「卸売」「小売」等
増加<減少：「木材・木製品」「農林水産」「建設」等

3. 2023 年度下期予想 DI

(1) 全体+10（前期比 2 ㊦好転）、製造部門+2（同 10 ㊦好転）、非製造部門+14（同 3 ㊦悪化）

(2) 製造部門は好転予想。非製造部門は「好転」が減少しつつも、好転超の予想。

(3) 増加>減少：「食料品」「宿泊」「飲食」「木材・木製品」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「卸売」「小売」等

増加<減少：「金属製品」「繊維品」「建設」「機械器具」等

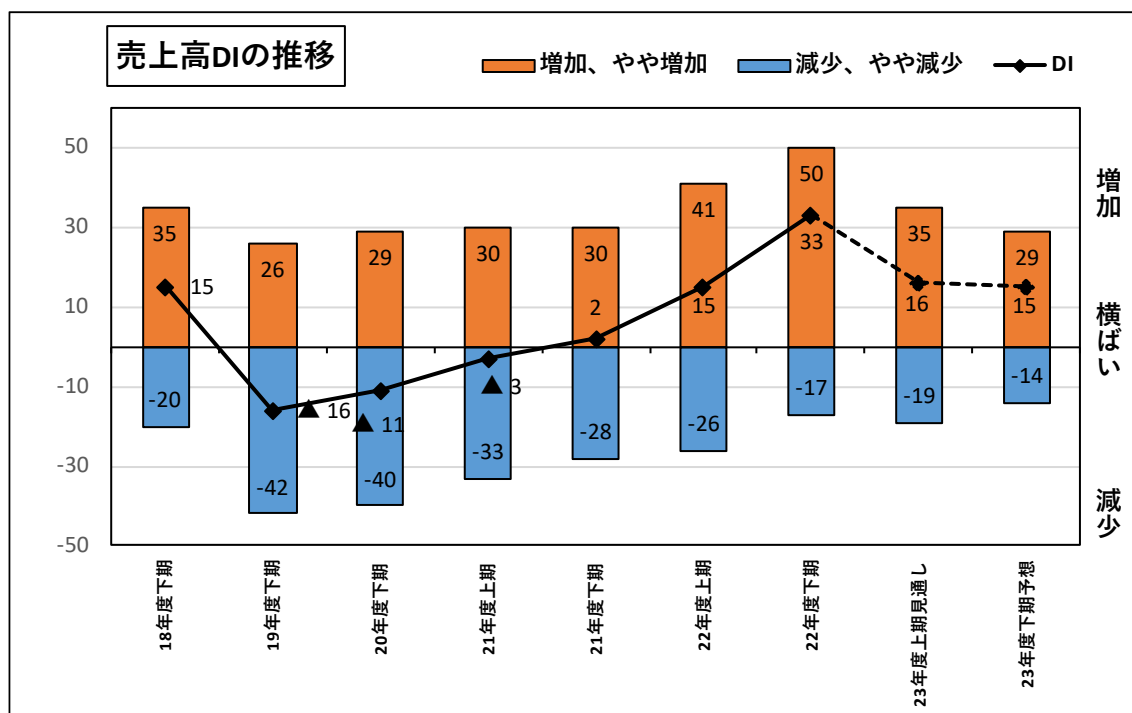
◇ 売上高

2022 年度下期実績 DI は+33

2023 年度上期見通し DI は+16（前期比 17 ㊦悪化）、2023 年度下期予想 DI は+15（同 1 ㊦悪化）

売上高	D I 推移								
	2018年度 下期実績	2019年度 下期実績	2020年度 下期実績	2021年度		2022年度		2023年度	
				上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	15	▲ 16	▲ 11	▲ 3	2	15	33	16	15
製造部門	19	▲ 8	▲ 7	▲ 5	▲ 1	8	32	0	3
非製造部門	13	▲ 22	▲ 14	▲ 3	4	19	33	25	21

D I = (「増加」、「やや増加」企業の割合) - (「減少」、「やや減少」企業の割合)



1. 2022 年度下期実績 DI

(1) 全体+33、製造部門+32、非製造部門+33

(2) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「繊維品」「食料品」「金属製品」「卸売」「小売」「機械器具」
「農林水産」「運輸・通信」「建設」「医療・保健衛生」等

増加<減少：「木材・木製品」等

2. 2023 年度上期見通し DI

(1) 全体+16（前期比 17 ㊦悪化）、製造部門 0（同 32 ㊦悪化）、非製造部門+25（同 8 ㊦悪化）

(2) 製造部門は悪化見通し。非製造部門は「増加」が減少しつつも、増加超の見通し。

(3) 増加>減少：「飲食」「宿泊」「食料品」「運輸・通信」「卸売」「医療・保健衛生」「金属製品」
「小売」「機械器具」等

増加<減少：「木材・木製品」「農林水産」「繊維品」「建設」等

3. 2023 年度下期予想 DI

(1) 全体+15（前期比 1 ㊦悪化）、製造部門+3（同 3 ㊦好転）、非製造部門+21（同 4 ㊦悪化）

(2) 製造部門は好転予想。非製造部門は「増加」が減少しつつも、増加超の予想。

(3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「食料品」「農林水産」「医療・保健衛生」「小売」「卸売」
「運輸・通信」等

増加<減少：「金属製品」「木材・木製品」「繊維品」「建設」等

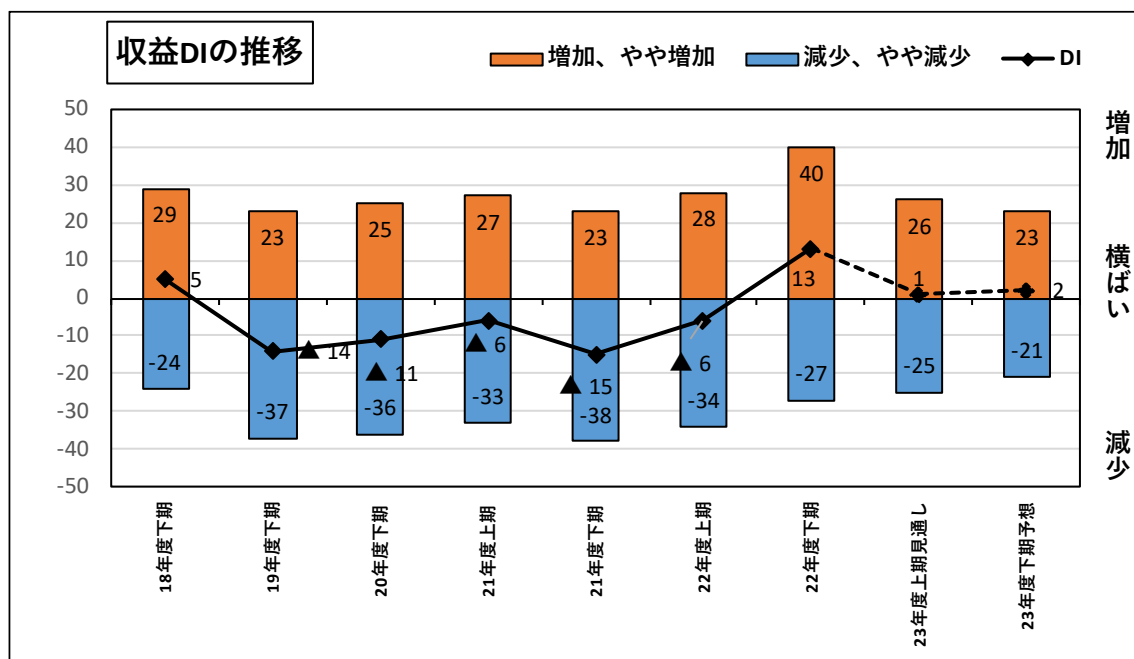
◇ 収益

2022 年度下期実績 DI は+13

2023 年度上期見通し DI は+1（前期比 12 ㊦悪化）、2023 年度下期予想 DI は+2（同 1 ㊦好転）

収益判断	D I 推移								
	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度	
	下期実績	下期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	5	▲ 14	▲ 11	▲ 6	▲ 15	▲ 6	13	1	2
製造部門	11	▲ 8	▲ 10	▲ 10	▲ 18	▲ 10	11	▲ 11	▲ 5
非製造部門	2	▲ 17	▲ 11	▲ 4	▲ 14	▲ 4	14	7	6

D I = (「増加」、「やや増加」企業の割合) - (「減少」、「やや減少」企業の割合)



1. 2022 年度下期実績 DI

(1) 全体+13、製造部門+11、非製造部門+14

(2) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「金属製品」「繊維品」「食料品」「卸売」「小売」「農林水産」等

増加<減少：「木材・木製品」「医療・保健衛生」「建設」「機械器具」「運輸・通信」等

2. 2023 年度上期見通し DI

(1) 全体+1（前期比 12 ㊦悪化）、製造部門▲11（同 22 ㊦悪化）、非製造部門+7（同 7 ㊦悪化）

(2) 製造部門は悪化見通し。非製造部門は「増加」が減少しつつも、増加超の見通し。

(3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「食料品」「金属製品」「卸売」等

増加<減少：「木材・木製品」「農林水産」「機械器具」「建設」「運輸・通信」「医療・保健衛生」「小売」等

3. 2023 年度下期予想 DI

(1) 全体+2（前期比 1 ㊦好転）、製造部門▲5（同 6 ㊦好転）、非製造部門+6（同 1 ㊦悪化）

(2) 製造部門は好転予想。非製造部門は「増加」が減少しつつも、増加超の予想。

(3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「食料品」「農林水産」「小売」「医療・保健衛生」等

増加<減少：「金属製品」「機械器具」「繊維品」「運輸・通信」「建設」等

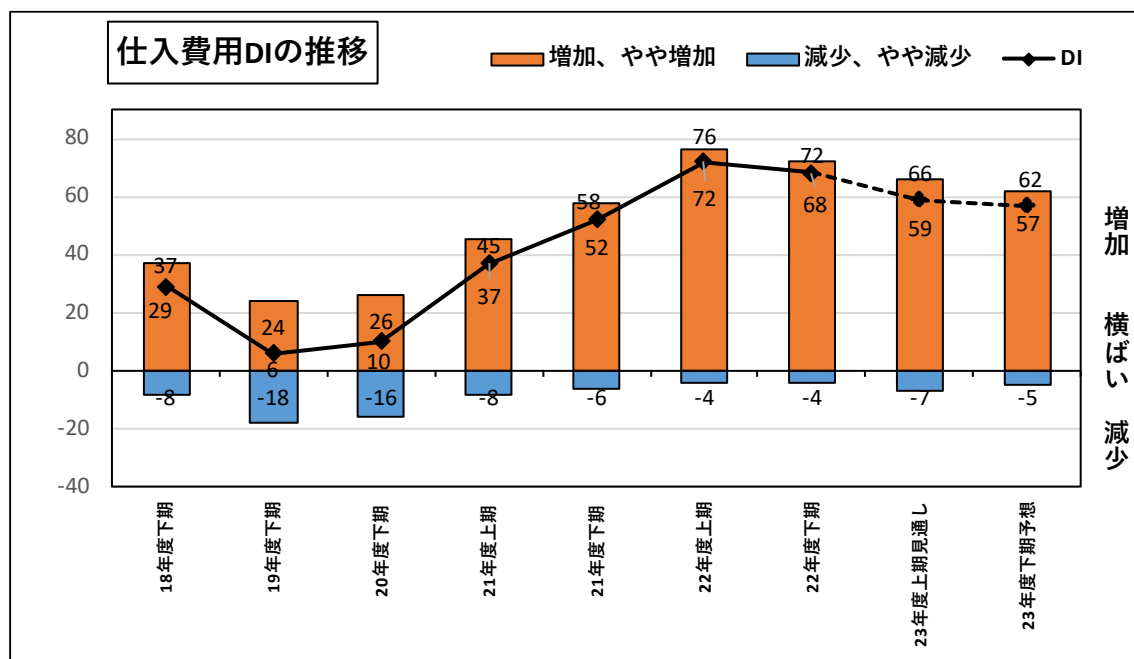
◇ 仕入費用

2022年度下期実績 DI は+68

2023年度上期見通し DI は+59（前期比9割減）、2023年度下期予想 DI は+57（同2割減）

仕入費用判断 DI 推移	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度	
	下期実績	下期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期見通し	下期予想
全体	29	6	10	37	52	72	68	59	57
製造部門	36	9	16	50	63	83	68	50	52
非製造部門	24	3	7	30	46	67	68	64	59

DI = (「増加」、「やや増加」企業の割合) - (「減少」、「やや減少」企業の割合)



1. 2022年度下期実績 DI

- (1) 全体+68、製造部門+68、非製造部門+68
- (2) 増加>減少：「宿泊」「食料品」「飲食」「機械器具」「農林水産」「小売」「繊維品」「運輸・通信」「卸売」「医療・保健衛生」「建設」「金属製品」「木材・木製品」等
増加<減少：「化学工業」等

2. 2023年度上期見通し DI

- (1) 全体+59（前期比9割減）、製造部門+50（同18割減）、非製造部門+64（同4割減）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに減少見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「運輸・通信」「機械器具」「卸売」「小売」「建設」「医療・保健衛生」「食料品」「農林水産」「繊維品」等
増加<減少：「化学工業」等

3. 2023年度下期予想 DI

- (1) 全体+57（前期比2割減）、製造部門+52（同2割増）、非製造部門+59（同5割減）
- (2) 製造部門は増加予想、非製造部門は減少予想。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「食料品」「機械器具」「運輸・通信」「小売」「建設」「卸売」「医療・保健衛生」「農林水産」「繊維品」等
増加<減少：「木材・木製品」「金属製品」等

◇ 設備投資

2022 年度下期実績は 43%

2023 年度上期見通しは 39%（前期比▲4%）、2023 年度下期予想は 36%（同▲3%）

設備投資の実施状況 (単位：%)									
	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度	
	下期	下期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期
全体	57	50	45	42	45	48	43	39	36
製造部門	61	49	45	41	43	54	53	45	39
非製造部門	54	50	45	42	46	46	37	36	35

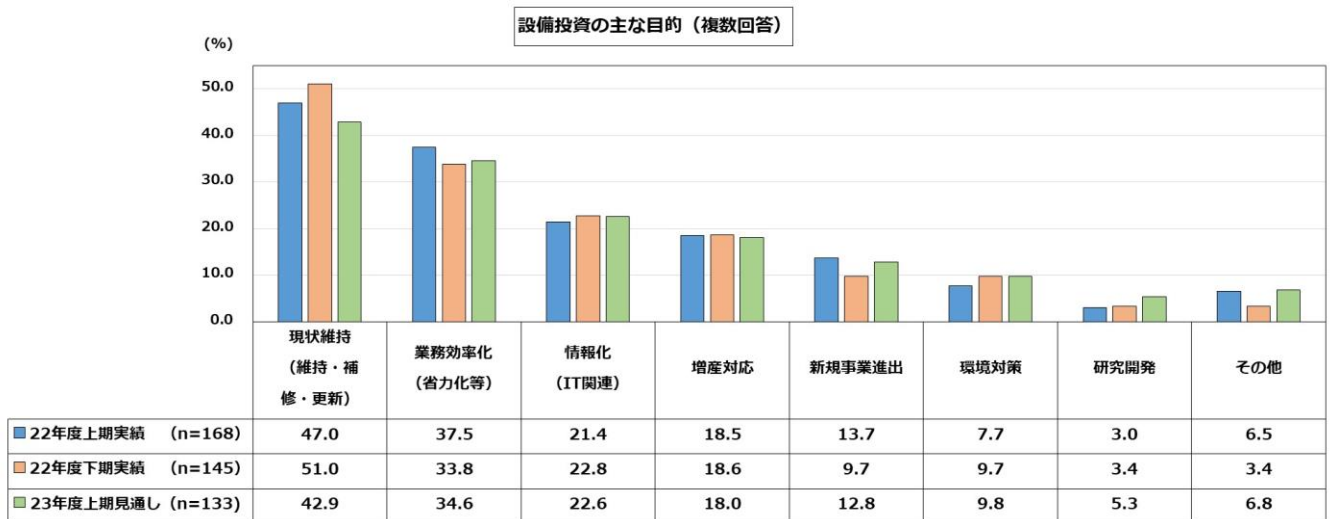
2022年度下期までは実績、2023年度上期は見通し・2023年度下期は予想

1. 2022 年度下期実績

(1) 全体 43%、製造部門 53%、非製造部門 37%

(2) 2023 年度上期・下期も減少見通し（予想）となっており、先行きについては慎重な見方。

2. 設備投資の主な目的



(1) 2022 年度上期実績、2022 年度下期実績、2023 年度上期見通しすべてにおいて、「現状維持（維持・補修・更新）」が最多で、次いで「業務効率化」。

【2. 原材料価格等の上昇による価格転嫁】

(1) 原材料価格等の上昇による価格転嫁の実施

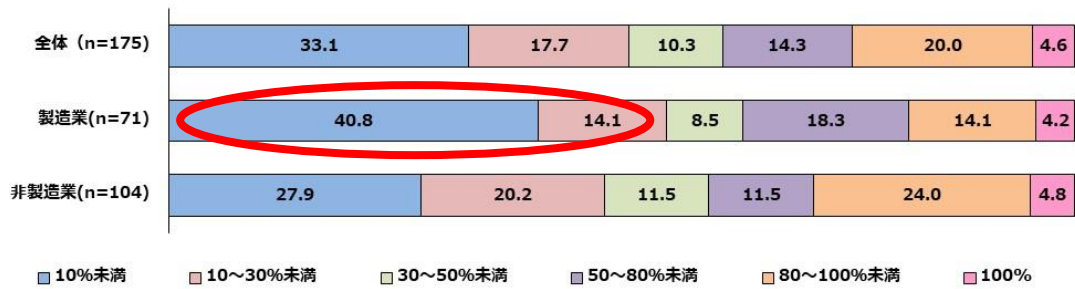
価格転嫁の実施		実施なし	実施あり (%)
全体	実績 (n=332)	46.7	53.3
	見通し (n=330)	37.3	62.7
	予想 (n=331)	39.0	61.0
製造業	実績 (n=116)	38.8	61.2
	見通し (n=115)	28.7	71.3
	予想 (n=115)	33.0	67.0
非製造業	実績 (n=216)	50.9	49.1
	見通し (n=215)	41.9	58.1
	予想 (n=216)	42.1	57.9

価格転嫁を実施している企業は、製造業は 6 割以上、非製造業は約 5 割。前回調査 2022 年 10 月時点における価格転嫁実施率は製造業 58.7%、非製造業 43.0%と、前回より増加。

今後（見通し・予想）実施する企業はさらに増加し、製造業では約 7 割、非製造業では約 6 割近くを占めている。

(2) 原材料価格等上昇分の価格転嫁率

原材料価格上昇分の価格転嫁率

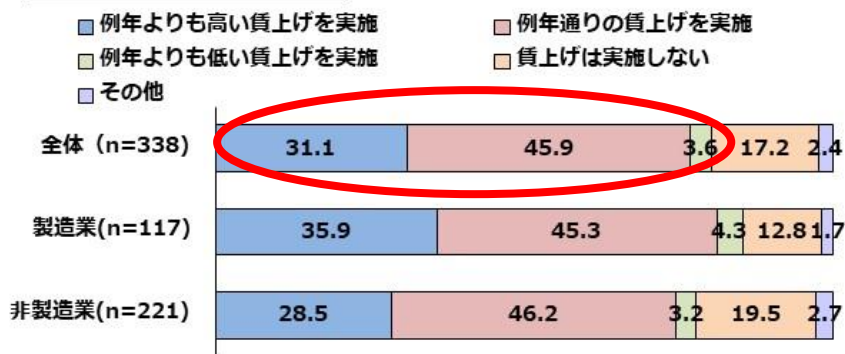


価格転嫁を実施している企業のうち、原材料価格上昇分をすべて（100%）価格転嫁できている企業は全体でわずか4%程度。特に製造業では、価格転嫁率が30%未満の企業が多く、半数（54.9%）を占めている（※前回調査時における価格転嫁率30%未満は製造業56.5%、非製造業49.0%）。価格転嫁を実施している企業は増えているものの、十分な転嫁を行うことができていない企業もまだまだ多いことがうかがえる。

【3. 2023年度の賃上げ状況】

(1) 2023年度の賃上げ実施状況

2023年度の賃上げ状況

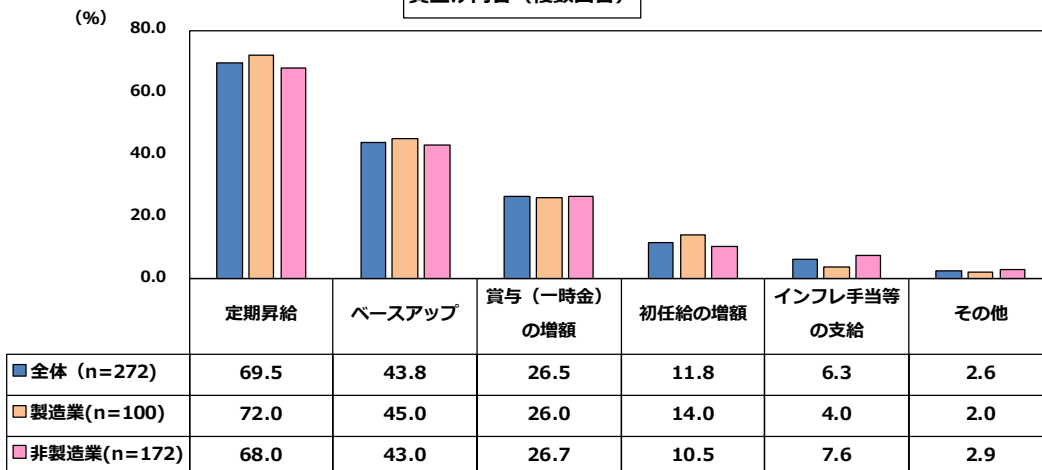


賃上げを実施する企業（例年よりも高い・例年通り・例年よりも低い賃上げを含む）は、全体で8割以上を占めており、多くの企業が賃上げを実施している（予定含む）。

賃上げを実施しない企業は、非製造業の方が多く約2割。

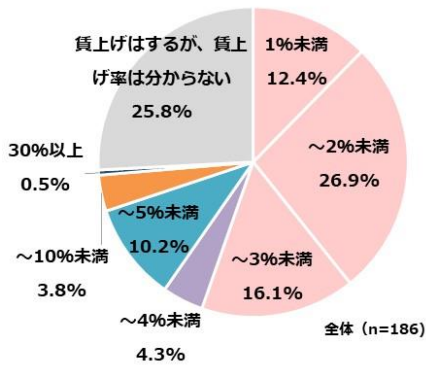
(2) 賃上げ内容と賃上げ率

賃上げ内容（複数回答）

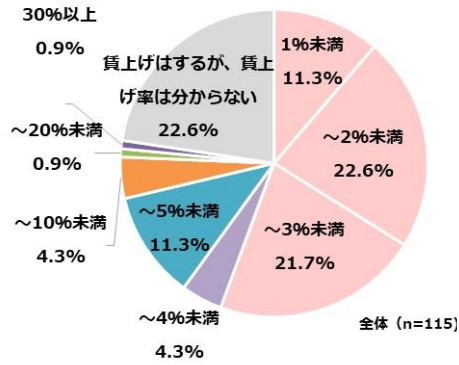


賃上げの内容としては、全体で「定期昇給」が最多で約7割近く、次いで「ベースアップ」が4割を占めている。インフレ手当等の一時的な支給は6%程度。

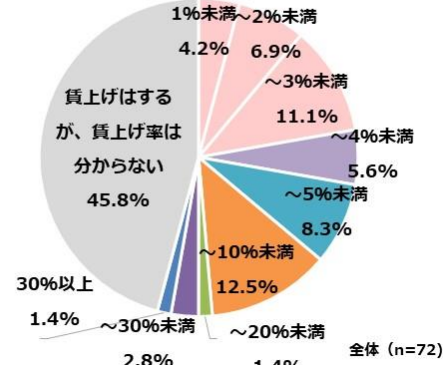
定期昇給の賃上げ率



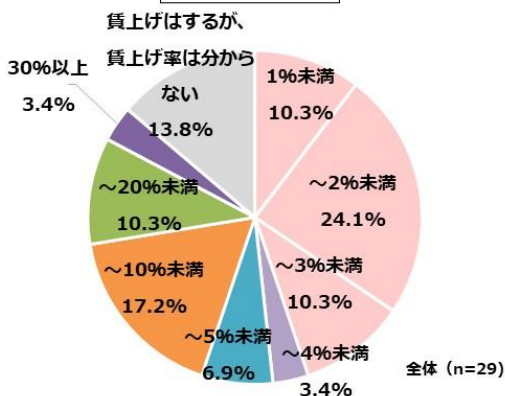
ベースアップの賃上げ率



賞与の増加率



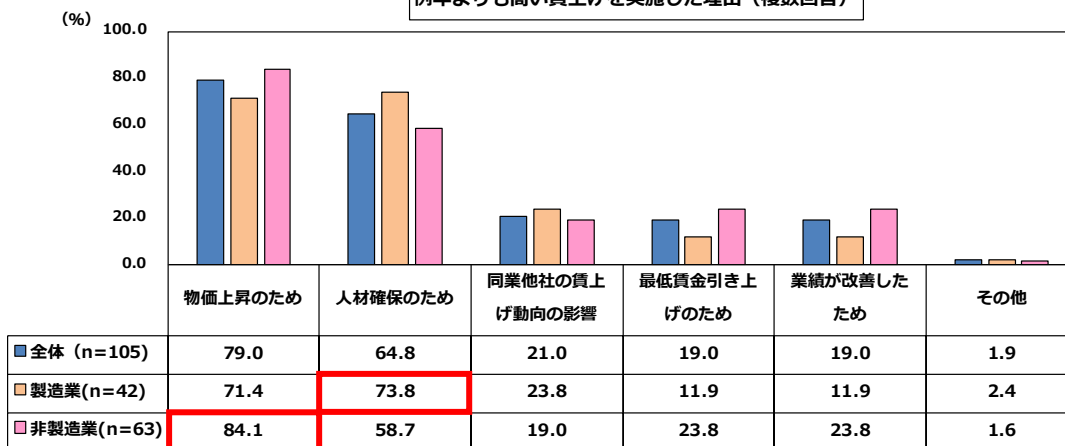
初任給の増加率



賃上げ内容のそれぞれの賃上げ率は、定期昇給やベースアップでは0%以上3%未満が半数以上、初任給については0%以上3%未満が4割以上を占めている。

(3) 例年よりも高い賃上げを実施する理由 (複数回答)

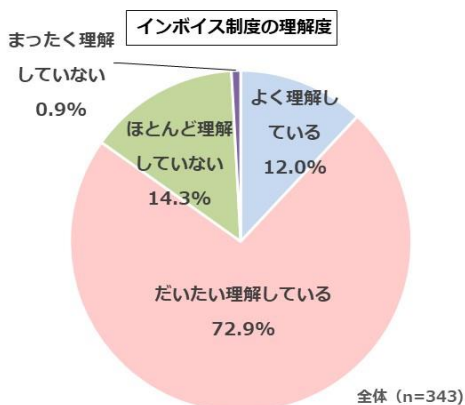
例年よりも高い賃上げを実施した理由 (複数回答)



「例年よりも高い賃上げを実施する」と回答した企業のなかで、例年よりも高い賃上げを実施する理由として最も多かったのが「物価上昇のため」(79.0%)。次いで「人材確保のため」が6割以上を占めている。製造業では「人材確保のため」、非製造業では「物価上昇のため」が最多。

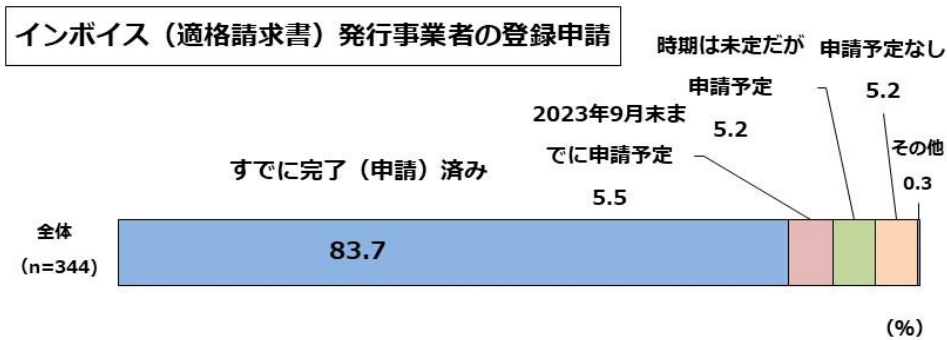
【4. インボイス制度】

(1) インボイス制度の理解度



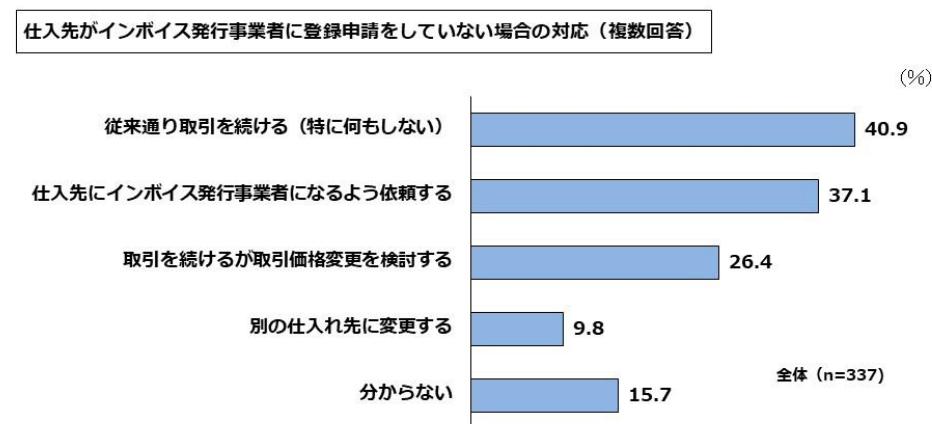
インボイス制度を理解している(「よく理解している+だいたい理解している」)企業は全体で84.9%と、8割以上を占めている。

(2) インボイス（適格請求者）発行事業者の登録申請



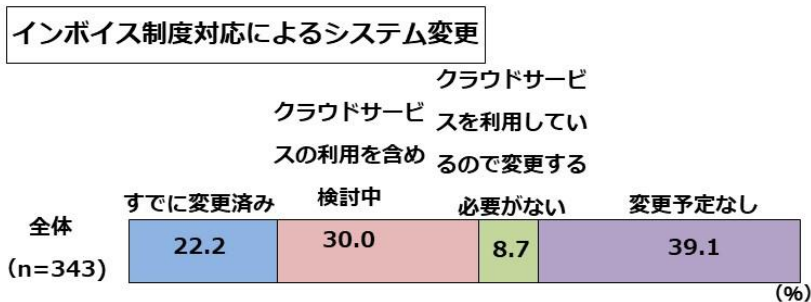
インボイス（適格請求書）発行事業者への登録申請については、申請（完了、予定含む）企業は94.4%と、9割以上を占め、そのうちすでに完了している企業は8割以上。

(3) 仕入先がインボイス発行事業者に登録申請をしていない場合の対応



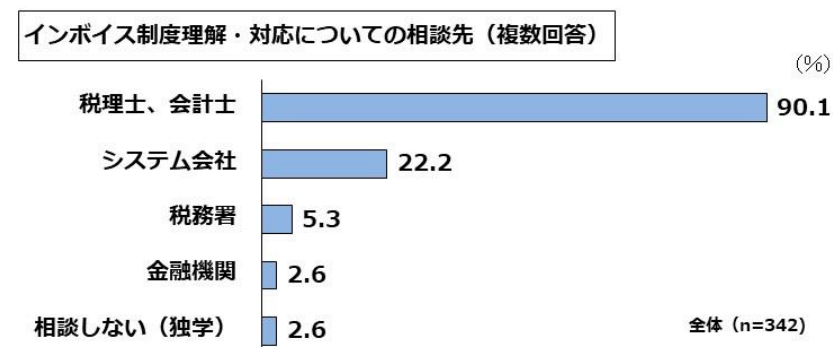
仕入れ先がインボイス発行事業者に登録をしていない場合の対応として、最も多かったのが「従来通り取引を続ける（特に何もしない）」が約41%、次いで「仕入先にインボイス発行事業者になるよう依頼する」が約37%。

(4) インボイス制度対応によるシステム変更



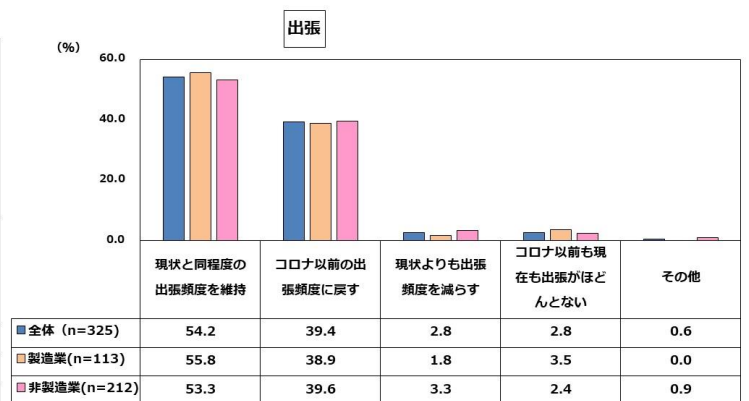
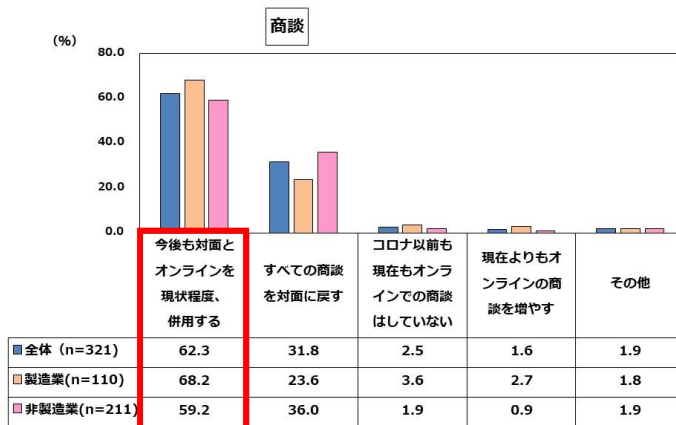
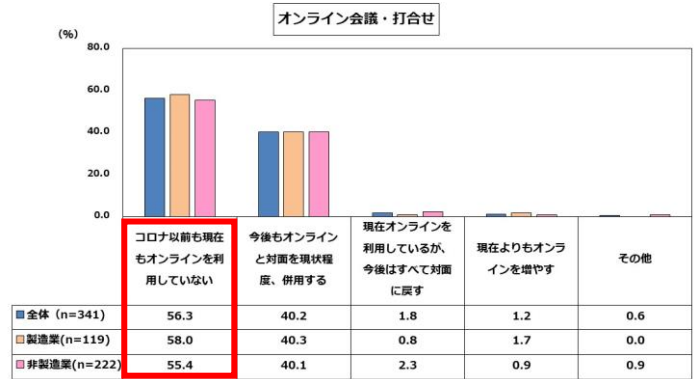
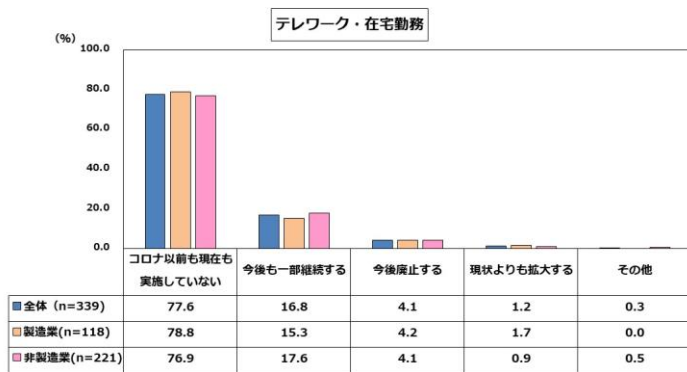
インボイス制度の対応に当たり、システム（請求書発行システム、会計ソフト、販売管理システム、POSシステムなど）を変更（検討中を含む）する企業（52.2%）の方が多く、半数以上を占めている。

(5) インボイス制度理解・対応についての相談先



インボイス制度の理解や対応についての相談先で最も多かったのが「税理士・会計士」で9割以上、次いで「システム会社」が約2割。

【5. 新型コロナ5類引き下げによるビジネス活動への影響】



コロナ以前も現在も会議や打ち合わせではオンラインを使用していない企業（56.3%）が多い。一方、商談ではオンラインを使用している企業が多く、今後も対面とオンラインを併用する企業（62.3%）は、6割以上を占める。対面の商談と比較し、コストの削減等にもつながることから、コロナ後も利用する企業が多いと考えられる。

【まとめ】

2022年度下期の業況判断DI（実績）は、コロナの感染状況の落ち着きや人流の回復等により改善傾向が見られた。物価上昇率の鈍化などにより仕入費用の減少傾向がありつつも、2023年度上期（見通し）、2023年度下期（予想）の業況については、慎重な見方となっている。

2023年度の賃上げを実施する企業は8割以上を占め、そのうち、3割は例年より高い賃上げを実施している。物価の上昇や人材の確保などにより、給与水準の引き上げが避けられない状況がうかがえる。

また、価格転嫁を既に実施している企業は増えているものの、価格転嫁率が30%未満の企業も多く、十分な転嫁が行えていないことがうかがえる。今後（見通し・予想）価格転嫁を実施する企業は製造業・非製造業ともにさらに増加する見込みとなっている。

企業が成長するためには、人材確保は重要であり、そのためには持続的な賃上げが必要となってくる。継続的な賃上げを行うには、適正な価格転嫁とデジタル化などによる生産性の向上などが課題となってくると思われる。

以上