

2023年11月24日

各位

愛媛銀行

「第101回愛媛県内企業動向アンケート調査結果」について

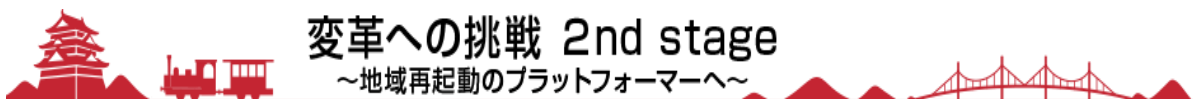
当行（頭取 西川 義教）は、ひめぎん情報センターにおいて、定期的に各種アンケートを実施しています。今回、標記アンケートの調査結果がまとまりましたので、お知らせいたします。

記

【結果の概要】

- (1) 2023年度上期業況DI（実績）は+10と前回より低下。仕入費用DI（実績）は+65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、慎重な見方をしている企業が多い。
- (3) 2023年度上期の設備投資実施企業は、全産業で37%。2023年度下期は41%、2024年度上期は38%の見通し。
- (4) 価格転嫁を既に行っている企業は、製造業は約6割、非製造業は5割未満。約5割の企業が、50%以上の価格転嫁率まで向上している。中でも、非製造業は転嫁率80%以上の企業が増えた。
- (5) 人員が不足している企業は、製造業・非製造業ともに6割以上。人手不足を解消するには賃上げや福利厚生の実施などが必要と考えている企業が多い。

※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

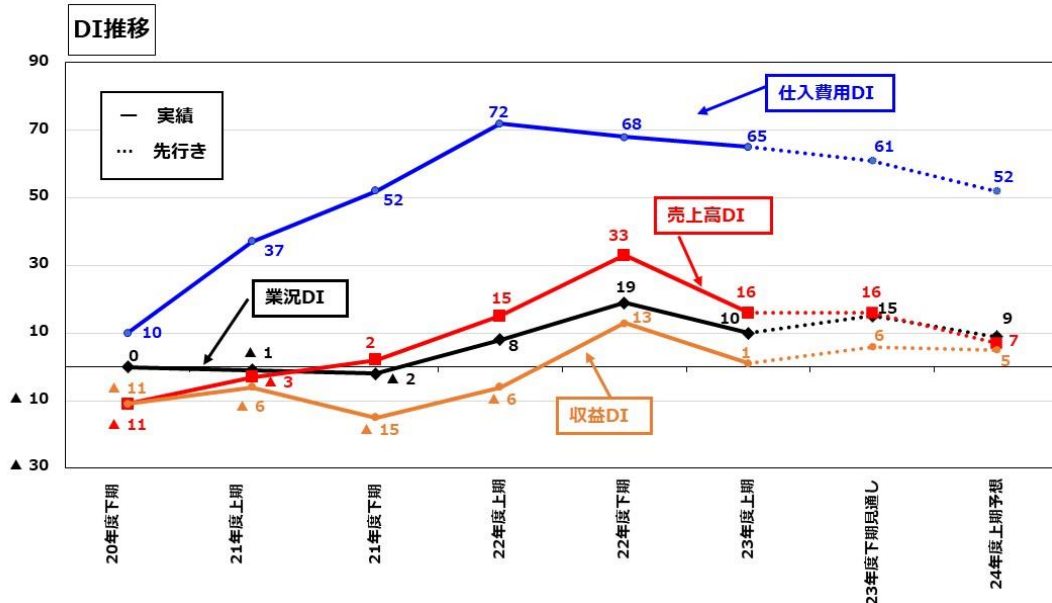
第101回 愛媛県内企業動向アンケート調査結果

～2023年度上期実績、2023年度下期見通し、2024年度上期予想～

【要約】

1. 業況

- (1) 2023年度上期業況DI（実績）は+10と前回より低下。仕入費用DI（実績）は+65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、慎重な見方をしている企業が多い。



- (3) 2023年度上期の設備投資実施企業は、全産業で37%。2023年度下期は41%、2024年度上期は38%の見通し。

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5割未満。今後（見通し・予想）価格転嫁を実施する企業は製造業では減少、非製造業では増加する見込み。
- (2) 約5割の企業が、50%以上の価格転嫁率まで向上している。中でも、非製造業は転嫁率80%以上の企業が増えた。

3. 人員と時間外労働

- (1) 人員が不足している企業は、製造業・非製造業ともに6割以上。人手不足を解消するには賃上げや福利厚生充実などが必要と考えている企業が多い。
- (2) 非製造業（飲食や宿泊など）において、人手不足を既存の従業員による時間外労働で対応している企業も多い。

4. 生成AI（人工知能）の活用

生成AIを業務で利用している企業は5%程度、利用を検討している企業も約15%と、活用は進んでいない。

5. リスキリング（従業員に新しい知識やスキルなどを習得してもらうこと）の取り組み

リスキリングを導入している企業は約1割だが、導入により、従業員のキャリアアップや企業の生産性向上、従業員のモチベーション向上などの効果があると回答している。

【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10月
調査期間	実績：2023年度上期（2023年4月～2023年9月） 見通し：2023年度下期（2023年10月～2024年3月） 予想：2024年度上期（2024年4月～2024年9月）
調査項目	業況、価格転嫁、人員過不足状況、生成AIの活用等

【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		977	335	34.3	100.0
製造部門	製造業	134	63	47.0	18.8
	建設業	105	45	42.9	13.4
	農林水産業	20	12	60.0	3.6
非製造部門	卸売業	123	33	26.8	9.9
	小売業	138	34	24.6	10.1
	不動産業	48	13	27.1	3.9
	運輸・通信業	59	33	55.9	9.9
	サービス業	350	102	29.1	30.4

※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】

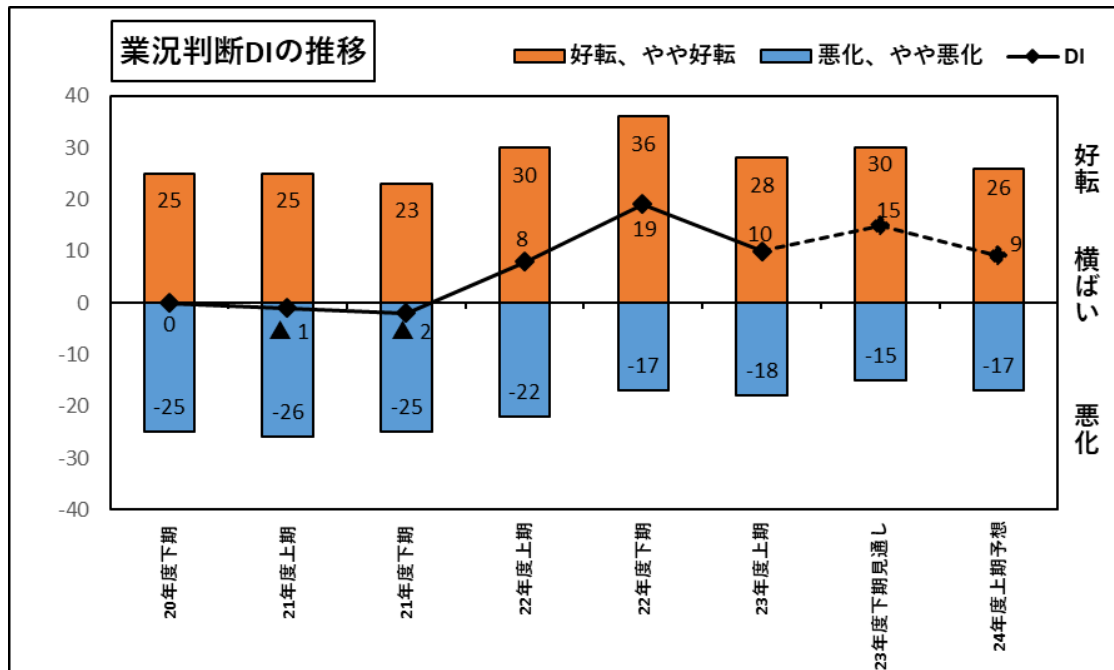
◇ 業況判断

2023 年度上期実績 DI は+10

2023 年度下期見通し DI は+15（前期比 5 割好転）、2024 年度上期予想 DI は+9（同 6 割悪化）

業況判断	D I 推移							
	2020年度 下期実績	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度
		上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	0	▲ 1	▲ 2	8	19	10	15	9
製造部門	11	2	1	10	18	3	12	2
非製造部門	▲ 6	▲ 3	▲ 2	6	19	14	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. 2023 年度上期実績 DI

- (1) 全体+10、製造部門+3、非製造部門+14
- (2) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「印刷・同関連産業」「娯楽」「医療・保健衛生」「生活関連サービス」「機械器具」「食料品」「小売」「不動産」等
増加<減少：「情報サービス・放送」「農林水産」「パルプ・紙・紙加工」「金属製品」等

2. 2023 年度下期見通し DI

- (1) 全体+15（前期比 5 割好転）、製造部門+12（同 9 割好転）、非製造部門+17（同 3 割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに好転見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「木材・木製品」「飲食」「食料品」「生活関連サービス」「印刷・同関連産業」「医療・保健衛生」「金属製品」等
増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「情報サービス・放送」「教育」等

3. 2024 年度上期予想 DI

- (1) 全体+9（前期比 6 割悪化）、製造部門+2（同 10 割悪化）、非製造部門+14（同 3 割悪化）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに「増加」が減少しつつも、増加超の予想。
- (3) 増加>減少：「木材・木製品」「生活関連サービス」「印刷・同関連産業」「宿泊」「飲食」等
増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「情報サービス・放送」「教育」「建設」等

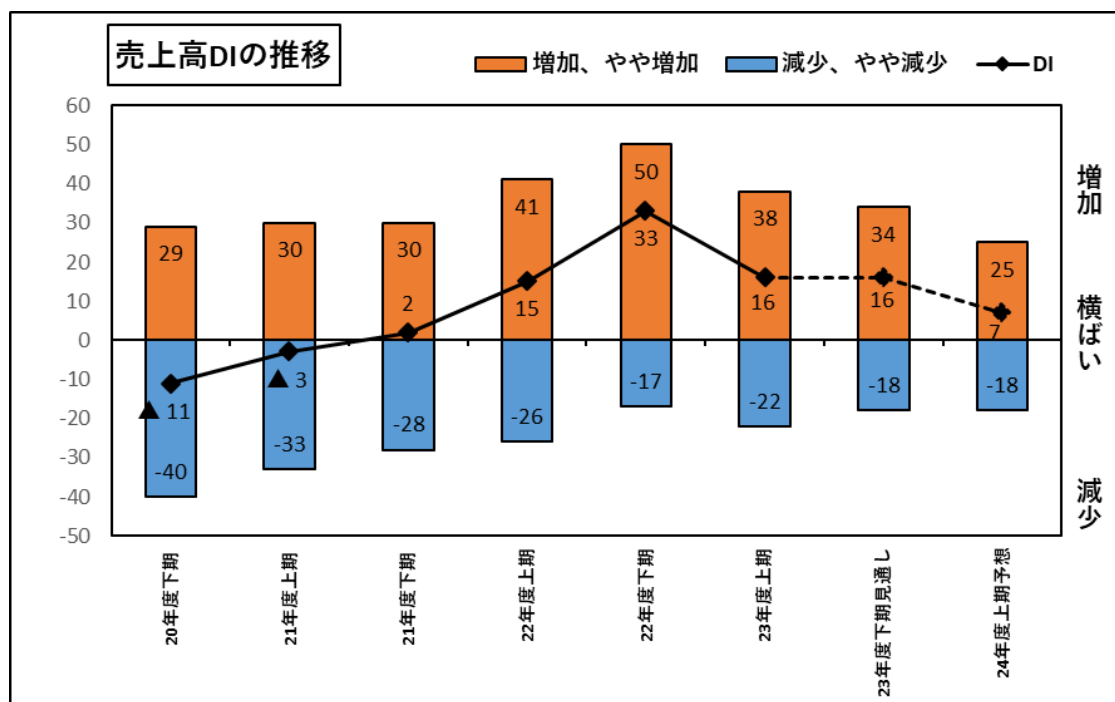
◇ 売上高

2023 年度上期実績 DI は+16

2023 年度下期見通し DI は+16（前期比±0 割）、2024 年度上期予想 DI は+7（同 9 割悪化）

売上高	D I 推移							
	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度
	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	▲ 11	▲ 3	2	15	33	16	16	7
製造部門	▲ 7	▲ 5	▲ 1	8	32	1	7	▲ 5
非製造部門	▲ 14	▲ 3	4	19	33	25	20	13

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. 2023 年度上期実績 DI

- (1) 全体+16、製造部門+1、非製造部門+25
- (2) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「印刷・同関連産業」「医療・保健衛生」「娯楽」「食料品」「小売」「運輸・通信」「生活関連サービス」「卸売」「機械器具」等
増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「農林水産」「建設」等

2. 2023 年度下期見通し DI

- (1) 全体+16（前期比±0 割）、製造部門+7（同 6 割好転）、非製造部門+20（同 5 割悪化）
- (2) 製造部門は好転見通し。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」「木材・木製品」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「金属製品」「教育」「小売」「農林水産」等
増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「建設」「不動産」等

3. 2024 年度上期予想 DI

- (1) 全体+7（前期比 9 割悪化）、製造部門▲5（同 12 割悪化）、非製造部門+13（同 7 割悪化）
- (2) 製造部門は悪化予想。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：「運輸・通信」「宿泊」「生活関連サービス」「木材・木製品」等
増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「情報サービス・放送」「建設」「卸売」等

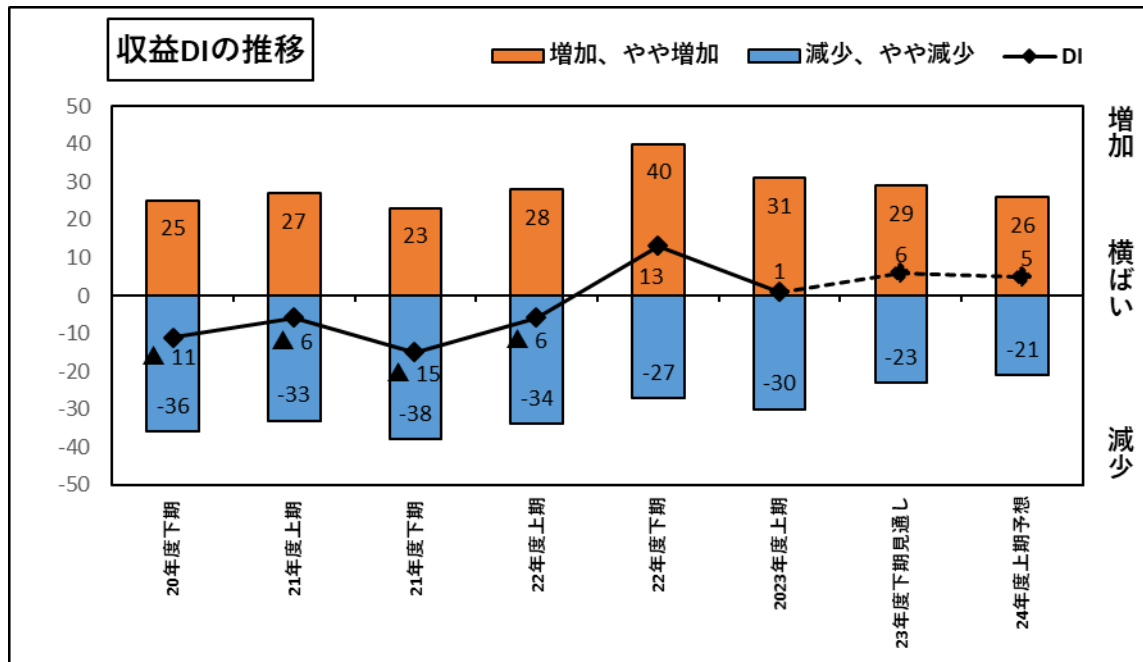
◇ 収益

2023 年度上期実績 DI は+1

2023 年度下期見通し DI は+6（前期比 5 割好転）、2024 年度上期予想 DI は+5（同 1 割悪化）

収益判断	D I 推移							
	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度
	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	▲ 11	▲ 6	▲ 15	▲ 6	13	1	6	5
製造部門	▲ 10	▲ 10	▲ 18	▲ 10	11	▲ 15	1	▲ 7
非製造部門	▲ 11	▲ 4	▲ 14	▲ 4	14	10	9	11

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. 2023 年度上期実績 DI

(1) 全体+1、製造部門▲15、非製造部門+10

(2) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「娯楽」「機械器具」「医療・保健衛生」「印刷・同関連産業」「生活関連サービス」「卸売」「小売」等

増加<減少：「木材・木製品」「農林水産」「金属製品」「建設」「パルプ・紙・紙加工品」等

2. 2023 年度下期見通し DI

(1) 全体+6（前期比 5 割好転）、製造部門+1（同 16 割好転）、非製造部門+9（同 1 割悪化）

(2) 製造部門は好転見通し。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」「木材・木製品」「食料品」「医療・保健衛生」「農林水産」「生活関連サービス」「小売」「卸売」等

増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「金属製品」「建設」等

3. 2024 年度上期予想 DI

(1) 全体+5（前期比 1 割悪化）、製造部門▲7（同 8 割悪化）、非製造部門+11（同 2 割好転）

(2) 製造部門は悪化予想。非製造部門は好転予想。

(3) 増加>減少：「宿泊」「生活関連サービス」「飲食」「木材・木製品」「金属製品」「運輸・通信」「農林水産」「医療・保健衛生」「食料品」「印刷・同関連産業」等

増加<減少：「パルプ・紙・紙加工品」「建設」「情報サービス・放送」等

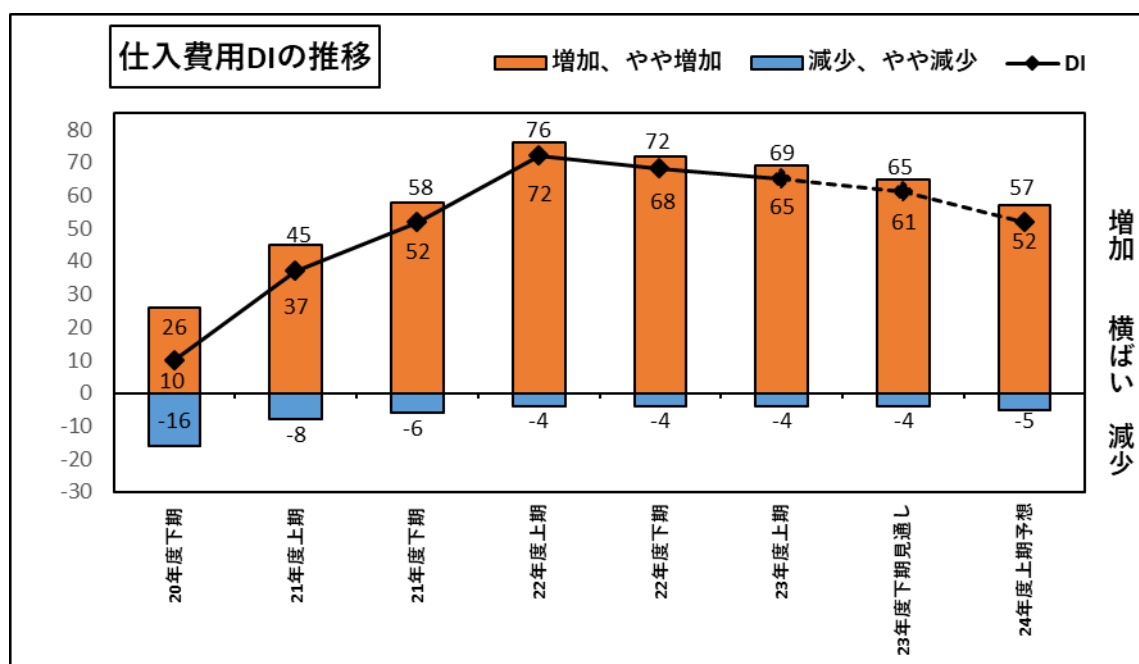
◇ 仕入費用

2023 年度上期実績 DI は+65

2023 年度下期見通し DI は+61（前期比 4 ㊦減）、2024 年度上期予想 DI は+52（同 9 ㊦減）

仕入費用判断 DI 推移								
	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度
	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	10	37	52	72	68	65	61	52
製造部門	16	50	63	83	68	67	60	51
非製造部門	7	30	46	67	68	63	61	53

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



1. 2023 年度上期実績 DI

(1) 全体+65、製造部門+67、非製造部門+63

(2) 増加>減少：「飲食」「宿泊」「食料品」「印刷・同関連産業」「情報サービス・放送」
「機械器具」「運輸・通信」「建設」「娯楽」「医療・保健衛生」「卸売」等
増加<減少：「木材・木製品」等

2. 2023 年度下期見通し DI

(1) 全体+61（前期比 4 ㊦減）、製造部門+60（同 7 ㊦減）、非製造部門+61（同 2 ㊦減）

(2) 製造部門・非製造部門ともに減少見通し。

(3) 増加>減少：「飲食」「印刷・同関連産業」「宿泊」「食料品」「情報サービス・放送」
「建設」「運輸・通信」「パルプ・紙・紙加工品」「娯楽」等
増加<減少：「木材・木製品」等

3. 2024 年度上期予想 DI

(1) 全体+52（前期比 9 ㊦減）、製造部門+51（同 9 ㊦減）、非製造部門+53（同 8 ㊦減）

(2) 製造部門・非製造部門ともに減少予想。

(3) 増加>減少：「飲食」「印刷・同関連産業」「宿泊」「食料品」「運輸・通信」「娯楽」
「医療・保健衛生」「建設」「機械器具」「卸売」「小売」等
増加<減少：「木材・木製品」等

◇ 設備投資

2023 年度上期実績は 37%

2023 年度下期見通しは 41%（前期比+4%）、2024 年度上期予想は 38%（同▲3%）

設備投資の実施状況 (単位：%)								
	2020年度	2021年度		2022年度		2023年度		2024年度
	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期
全体	45	42	45	48	43	37	41	38
製造部門	45	41	43	54	53	41	43	39
非製造部門	45	42	46	46	37	35	40	38

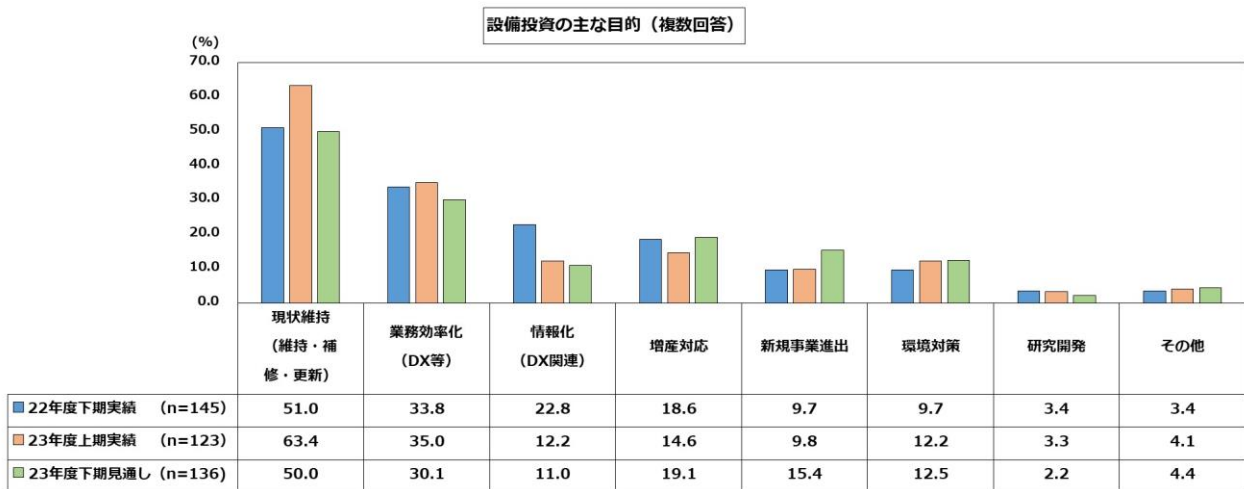
2023年度上期までは実績、2023年度下期は見通し・2024年度上期は予想

1. 2023 年度上期実績

(1) 全体 37%、製造部門 41%、非製造部門 35%

(2) 2023 年度下期は増加見通しだが、2024 年度上期は減少予想となっており、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 年度下期実績、2023 年度上期実績、2023 年度下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】

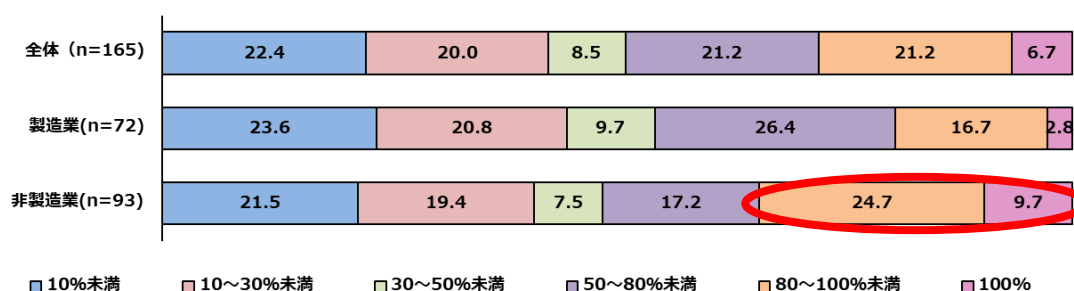
(1) 原材料価格等の上昇による価格転嫁の実施

価格転嫁の実施		実施したくても			実施あり (%)
		実施なし	できなかった	実施あり	
全体	実績 (n=322)	29.2	18.9	51.9	
	見通し (n=321)	30.8	17.1	52.0	
	予想 (n=319)	31.0	16.0	53.0	
製造業	実績(n=118)	19.5	18.6	61.9	
	見通し(n=117)	23.9	18.8	57.3	
	予想(n=116)	25.9	18.1	56.0	
非製造業	実績(n=204)	34.8	19.1	46.1	
	見通し(n=204)	34.8	16.2	49.0	
	予想(n=203)	34.0	14.8	51.2	

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 5 割近く。また、実施したくてもできなかった企業が約 2 割。前回調査 2023 年 4 月時点における価格転嫁実施率は製造業 61.2%で前回より増加、非製造業は 49.1%で前回より減少している。今後（見通し・予想）実施する企業は全体で増加しているものの、製造業では減少している。

(2) 原材料価格等上昇分の価格転嫁率

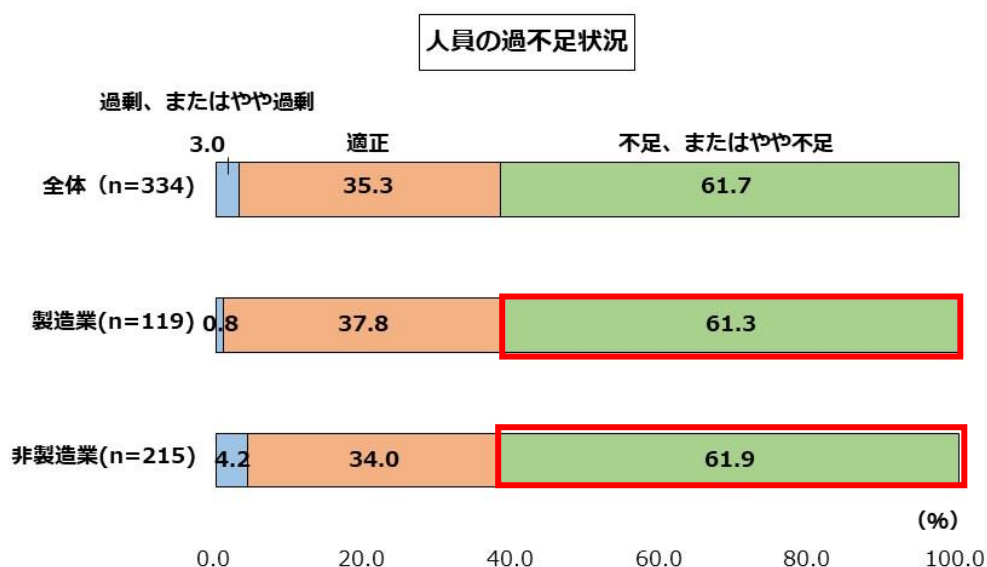
原材料価格上昇分の価格転嫁率



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7%程度。価格転嫁率50%以上の企業が増え、全体49.1%、製造業45.9%、非製造業51.6%となっている（※前回調査時における価格転嫁率50%以上は全体38.9%、製造業36.6%、非製造業40.3%）。中でも、非製造業は転嫁率80%以上の企業が増えた。

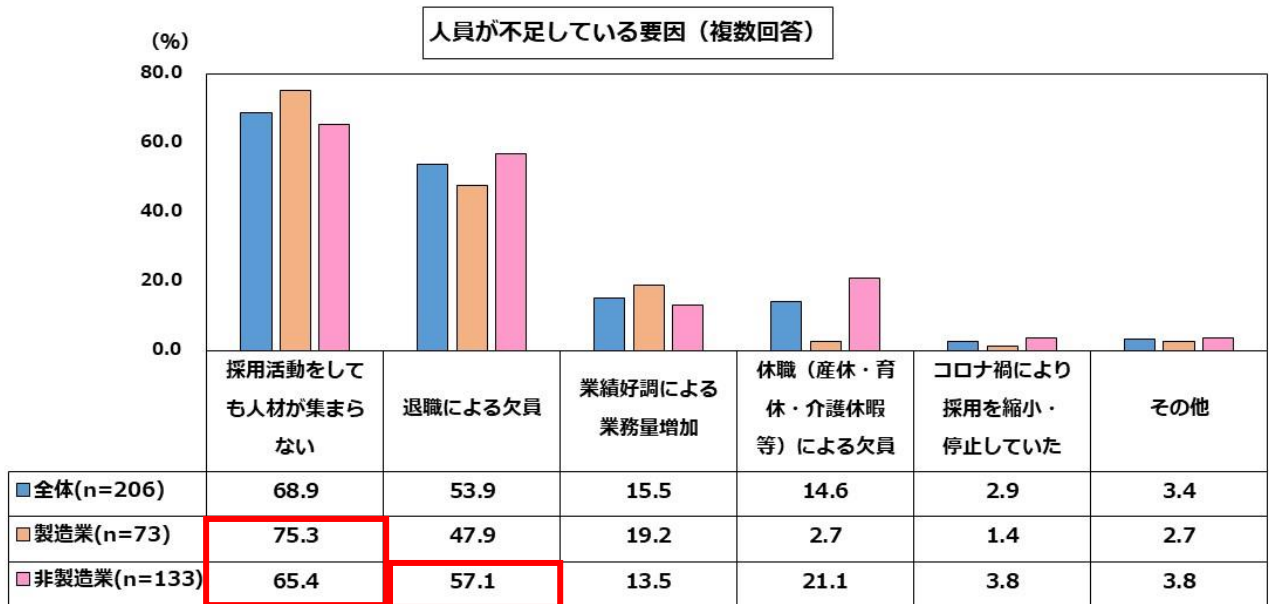
【3. 人員と時間外労働】

(1) 人員の過不足状況



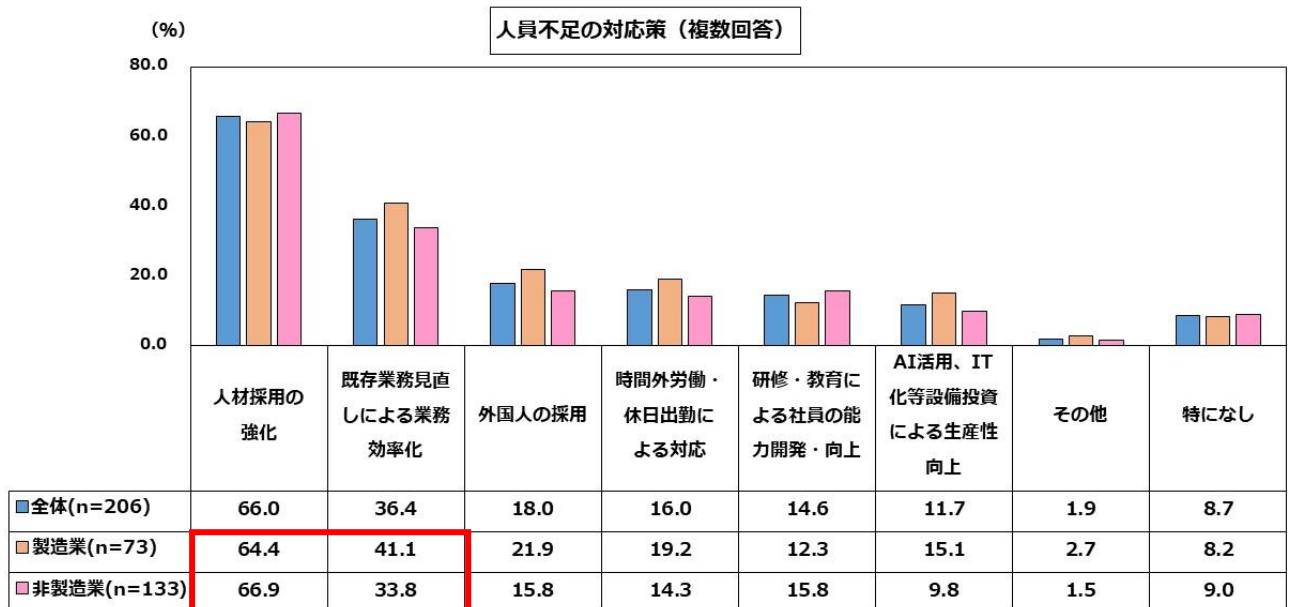
人員が「不足（やや不足含む）」している企業は、製造業・非製造業ともに6割以上を占めている。製造業では「食料品」、「建設」、「農林水産」、「機械器具」、非製造業では「飲食」、「医療・保健衛生」、「運輸・通信」、「小売」、「宿泊」などで「不足」の割合が高かった。また、2022年度上期調査（2022年10月時点）で、「不足（やや不足含む）」していると回答した製造業は56.4%、非製造業47.5%と、前年同期と比べ、特に非製造業で増加している。新型コロナ5類移行による人流や消費の回復などを背景に人手不足感が高まっていることがうかがえる。

(2) 人員が不足している要因



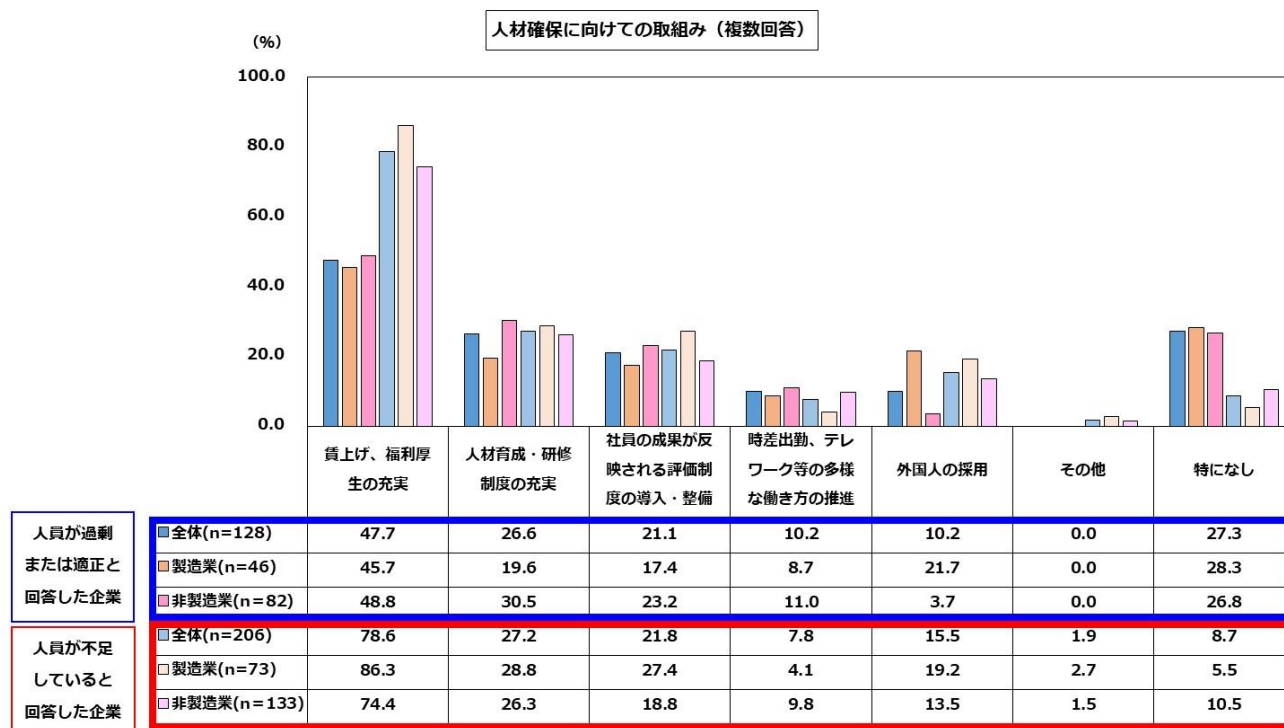
人員が「不足（やや不足含む）」している企業において、人員が不足している要因として「採用活動しても人材が集まらない」と回答している企業が製造業・非製造業ともに最も多く、製造業では7割以上、非製造業では6割以上を占めている。人材確保の難しさがうかがえる結果となっている。また、「退職による欠員」も多く、非製造業では6割近くとなっている。

(3) 人員不足の対応策として実施・検討していること



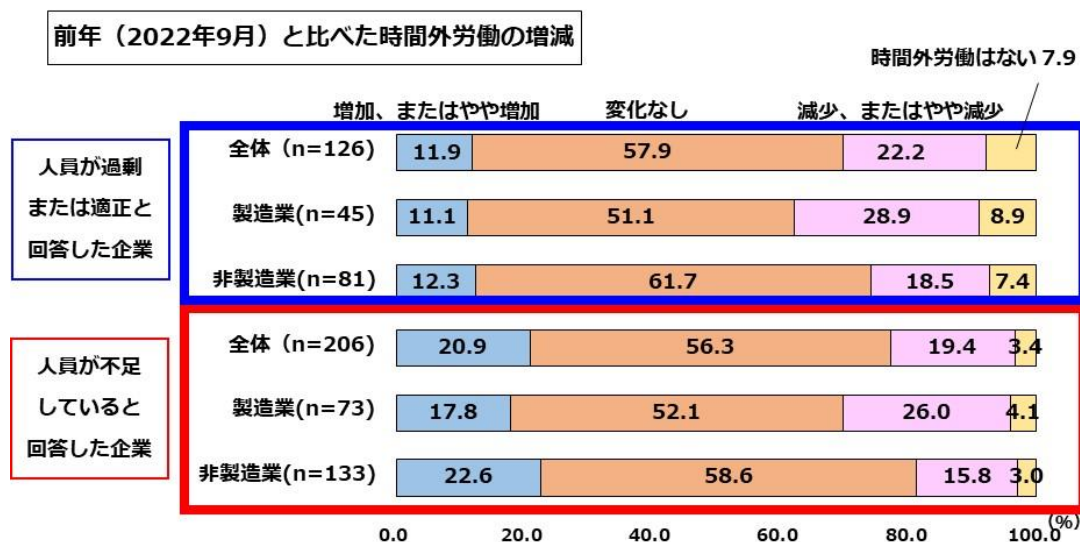
人員が「不足（やや不足含む）」している企業において、人員不足の対応策として行っていることは、製造業・非製造業ともに「人材採用の強化」が最も多く6割以上を占めている。採用活動しても人材がなかなか集まらないということもあり、採用力を強化することで人材を多く集めようとしている企業が多いようだ。次いで「既存業務見直しによる業務効率化」が多く、製造業では約4割、非製造業では約3割となっている。

(4) 人材確保に向けて行っている取り組み



人員が「過剰（やや過剰含む）」または「適正」と回答した企業、人員が「不足（やや不足含む）」していると回答した企業ともに、人材確保の取組みとして最も多かったのは「賃上げ、福利厚生の充実」で、特に人員が不足している企業においては 8 割近くを占めていた。人手不足解消には、賃上げが欠かせないようだ。

(5) 時間外労働について

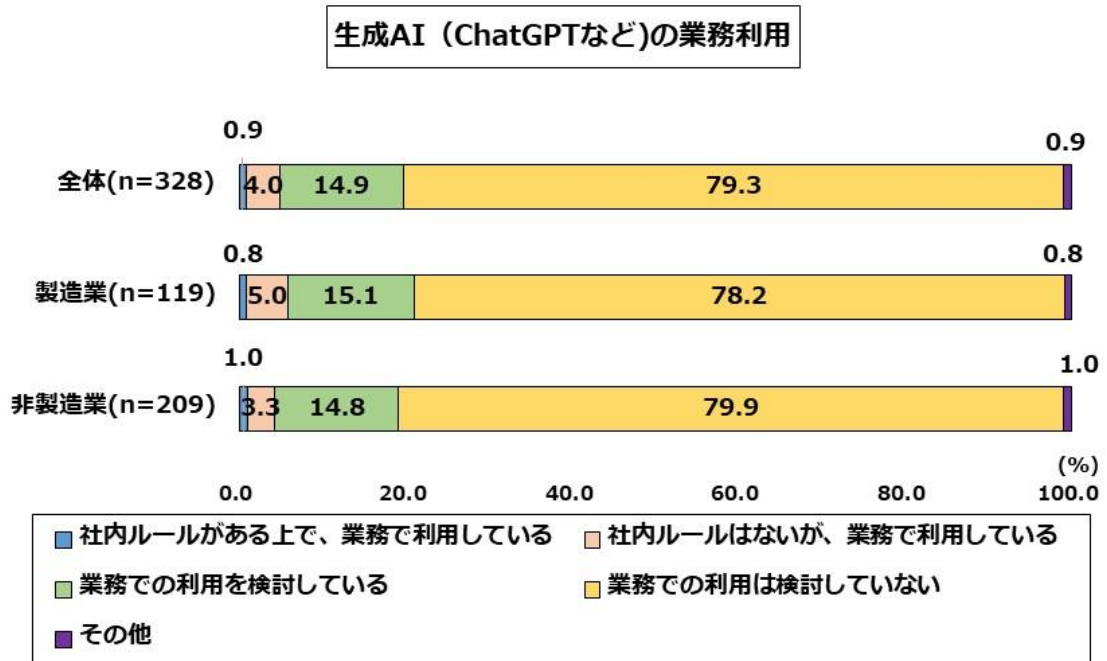


前年（2022年9月時点）と比較した時間外労働の増減について、人員が「過剰（やや過剰含む）」または「適正」と回答した企業においては、「増加（やや増加含む）」したのは全体で約 1 割程度。

一方、人員が「不足（やや不足含む）」していると回答した企業においては、時間外労働の「増加（やや増加含む）」が約 2 割と、人員が過剰または適正の企業よりも割合が高くなっていた。また、増加しているのは製造業よりも非製造業の方が多く、中でも「飲食」、「宿泊」などで「増加」の割合が高かった。新型コロナ 5 類移行に伴う需要回復による人手不足を既存の従業員の時間外労働で対応しているようだ。

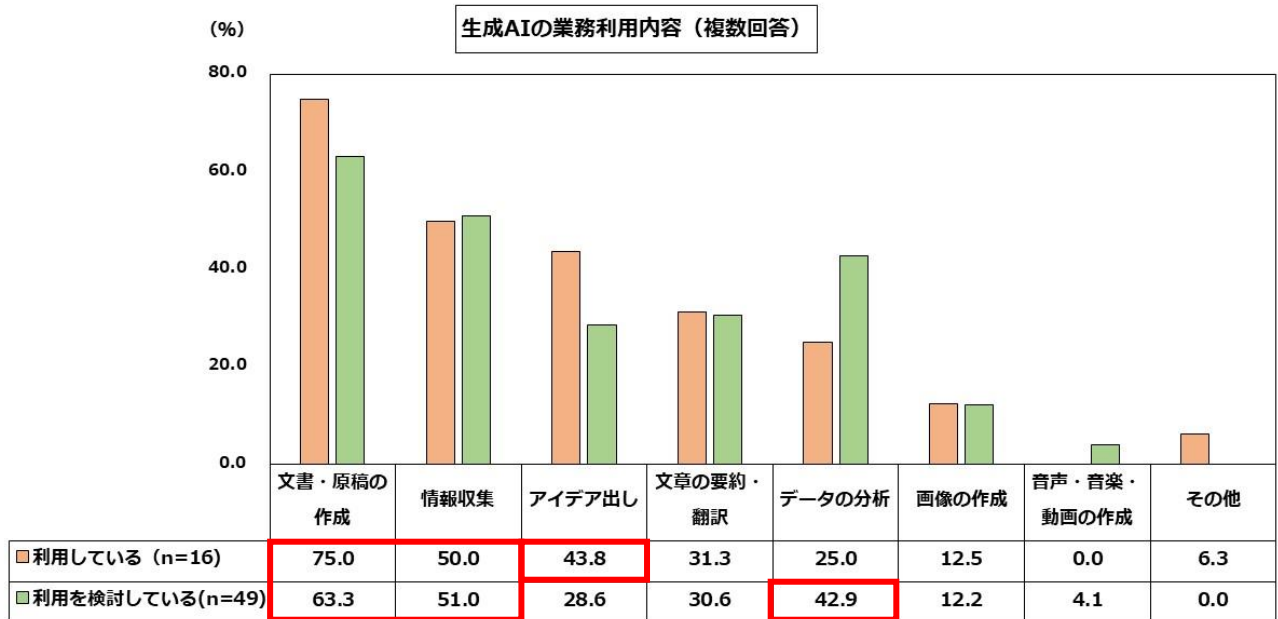
【4. 生成 AI（人工知能）の活用】

(1) 生成 AI（ChatGPT など）の業務利用



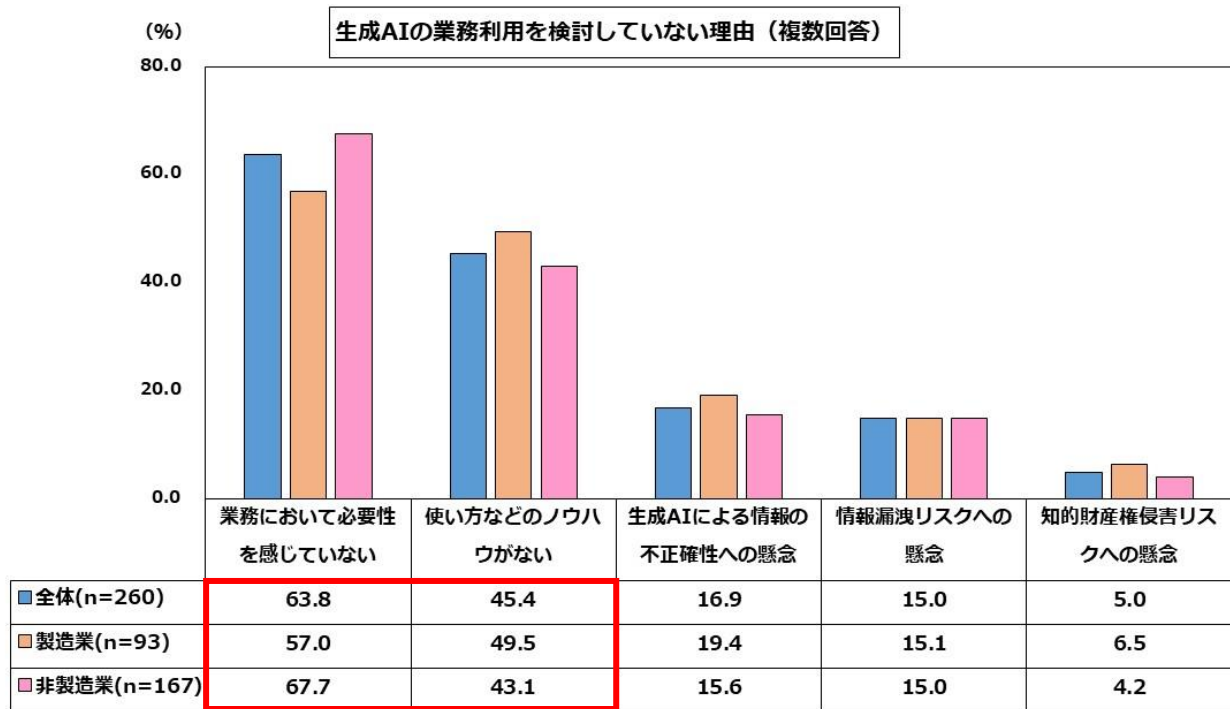
ChatGPT などの生成 AI を業務で「利用している（社内ルールあり・なしでの利用含む）」企業はわずか 5%程度、「利用を検討している」企業は全体で約 15%と、活用はまだ進んでいないことがうかがえる。製造業・非製造業ともに 8 割近くの企業が「業務での利用は検討していない」。

(2) 生成 AI の業務利用内容



ChatGPT などの生成 AI を「業務で利用している（社内ルールあり・なしで含む）」企業において、どのような業務で生成 AI を利用しているかについては、「文書・原稿の作成」での利用が最も多く、次いで、「情報収集」、「アイデア出し」。「利用を検討している」企業の中では「文書・原稿の作成」、「情報収集」のほかに「データの分析」で利用を考えている企業が多い。

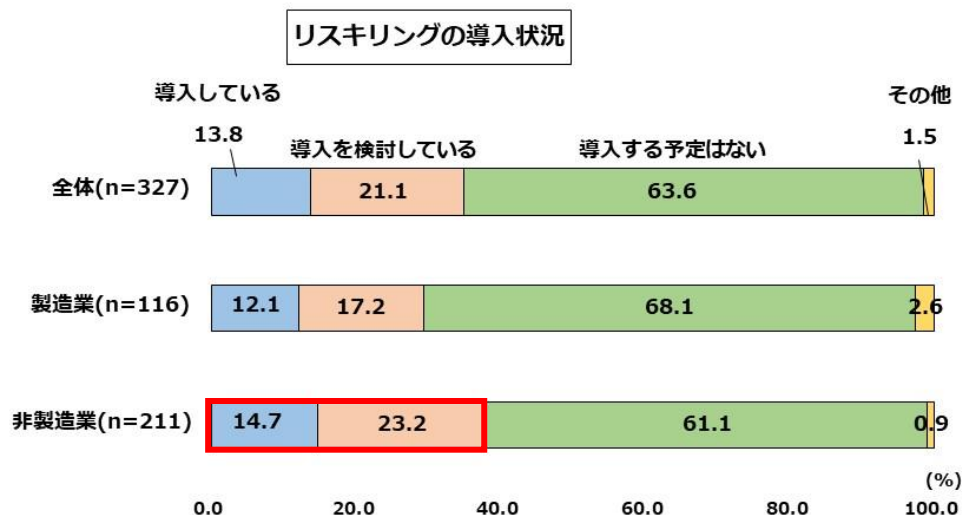
(3) 生成 AI を業務での利用を検討していない理由



生成 AI の「業務での利用は検討していない」企業において、利用の検討をしていない理由として、「業務において必要性を感じていない」が最も多く全体で 6 割以上。非製造業では 7 割近くを占めている。次いで「使い方などのノウハウがない」が 4 割以上。生成 AI の具体的な活用場面や使い方などの想定ができていないということが主な要因のようである。

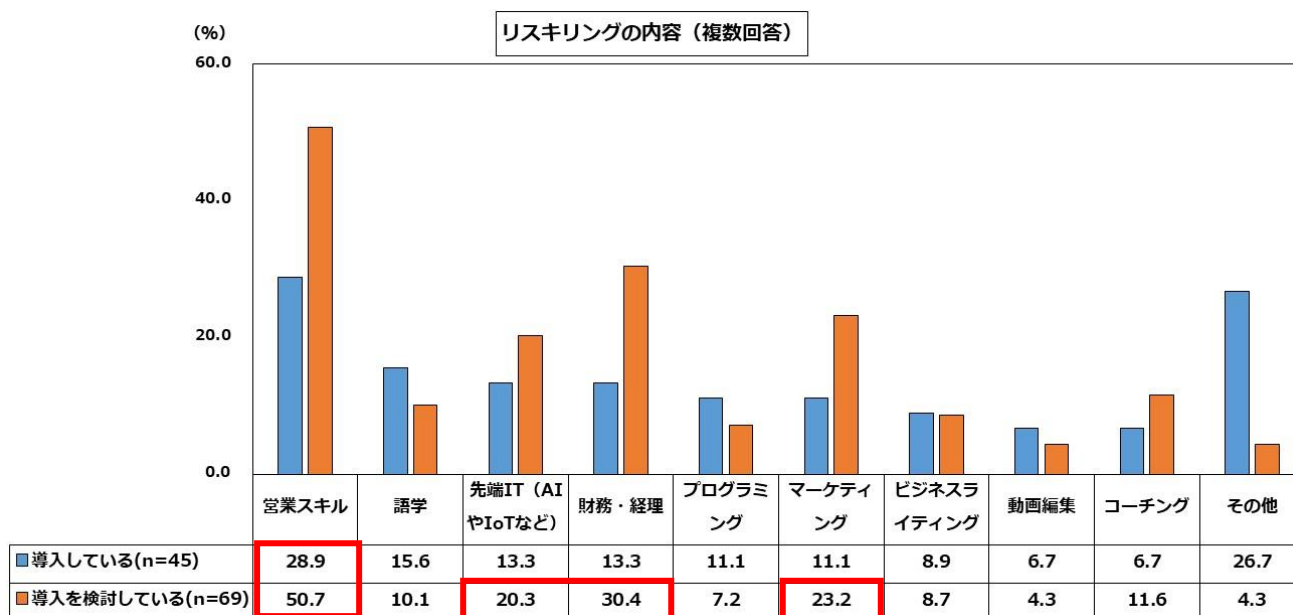
【5. リスキリング（従業員に新しい知識やスキルなどを習得してもらうこと）の取り組み】

(1) リスキリングの導入状況



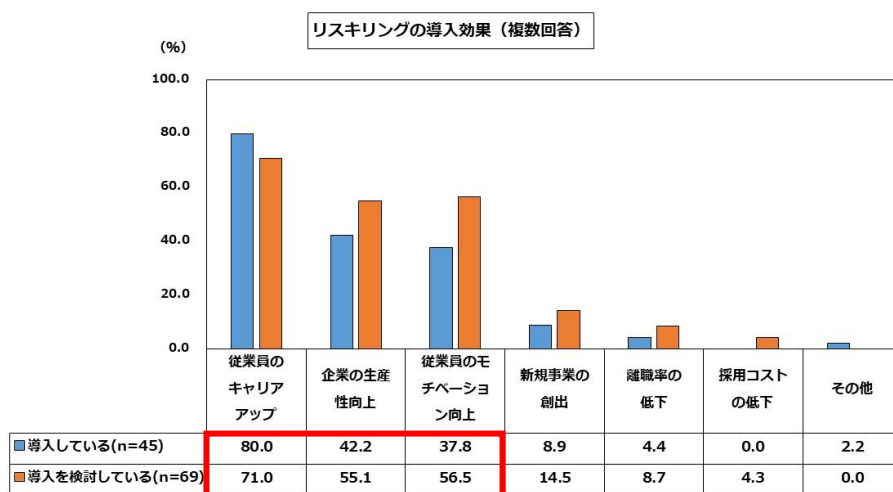
リスキリングの取り組み状況について、リスキリングを「導入している」企業は全体で約 1 割、「導入を検討している」は約 2 割で、「導入する予定はない」が最も多く 6 割以上を占めている。リスキリングは企業においてまだ十分に浸透していないことがうかがえる。非製造業では「導入している」が 14.7%、「導入を検討している」23.2%と、製造業よりも導入に前向きの企業が多いようである。

(2) リスキリングの内容



リスキリングの内容として、「導入している」企業においては、「営業スキル」が最も多かった。「導入を検討している」企業では「営業スキル」や「財務・経理」、「マーケティング」、「先端 IT (AI や IoT など)」など、従業員のスキルを向上させるため様々な取り組みの導入を検討している。

(3) リスキリング導入による効果



「導入を検討している」企業の7割以上が「従業員のキャリアアップ」の効果が得られると期待しており、実際に「導入している」企業においても「従業員のキャリアアップ」の効果が得られている。「従業員のモチベーション向上」や「企業の生産性向上」については、期待の方が上回っているものの、実際に効果が得られているようだ。

【まとめ】

2023 年度上期の業況判断 DI (実績) は、前回より低下。仕入費用は減少傾向にありつつも、先行きについては慎重な見方となっている。

価格転嫁を既に実施している企業は、全体で 5 割以上。そのうち、価格転嫁率 50%以上の企業が増えている。中でも、非製造業は 80%以上の企業が増えた。

新型コロナ 5 類移行による人流や消費の回復などを背景に、非製造業を中心に人手不足感が高まっている。しかし、採用活動をしてなかなか人材が集まらず、人材確保が課題となっている企業も多い。