

第 97 回 愛媛県内企業動向アンケート調査結果

～2021 年度上期実績、2021 年度下期見通し、2022 年度上期予想～

【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	2021 年 11 月
調査期間	実績：2021 年度上期（2021 年 4 月～2021 年 9 月） 見通し：2021 年度下期（2021 年 10 月～2022 年 3 月） 予想：2022 年度上期（2022 年 4 月～2022 年 9 月）
調査項目	業況判断、売上高、収益、設備投資、雇用、等

【回答状況】

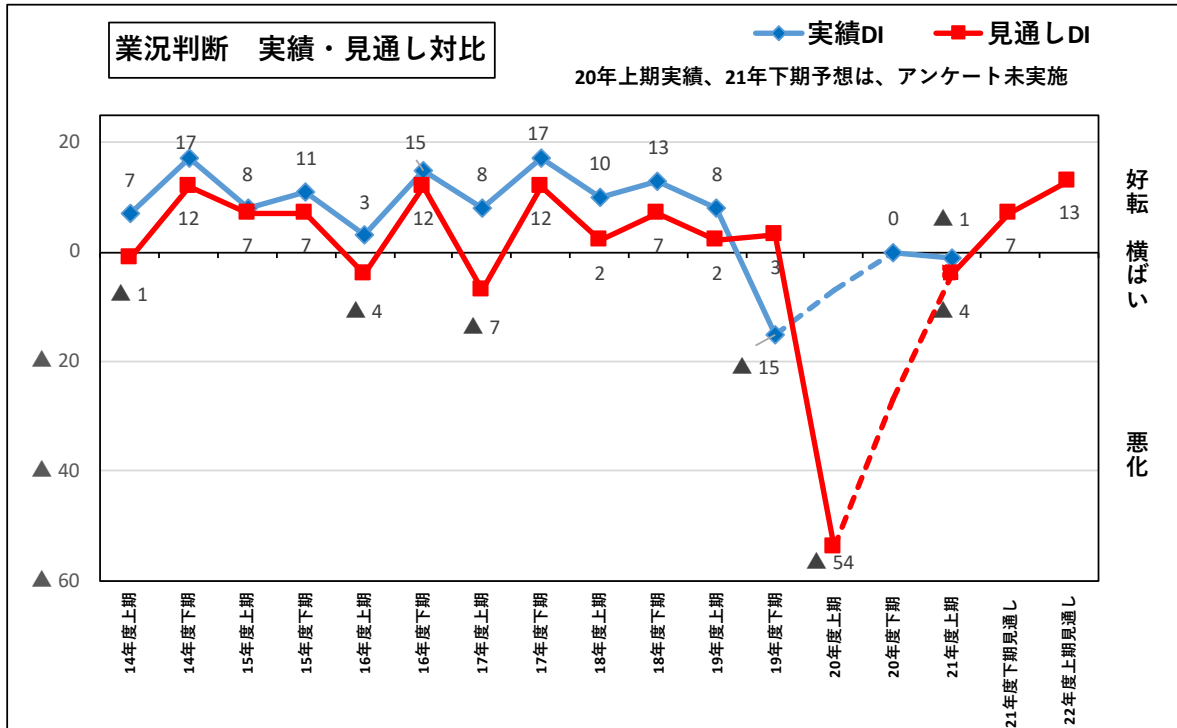
業種		調査企業 数（社）	回答企業 数（社）	回答率 （%）	構成比 （%）
全産業		1,000	385	38.5	100.0
製造部門	製造業	124	68	54.8	17.7
	建設業	100	50	50.0	13.0
	農林水産業	22	12	54.5	3.1
非製造部門	卸売業	129	39	30.2	10.1
	小売業	143	49	34.3	12.7
	不動産業	54	16	29.6	4.2
	運輸・通信業	59	33	55.9	8.6
	サービス業	369	118	32.0	30.6

※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。

【要約】

1. 業況

- (1) 2021 年度上期実績 DI は▲1。
- (2) コロナの感染状況も落ち着いてきており、2021 年度下期（見通し DI+7）・2022 年度上期（予想 DI+13）は回復見通しとなっている。
- (3) 経済活動の正常化に伴う景気回復が期待されるものの、新たな変異株の流行により先行きの不透明感はぬぐえない。



- (4) 2021 年度上期の設備投資実施企業は、全産業で 42%。2021 年度下期は 47%と増加の見通し、2022 年度上期は 41%と減少予想。

2. 新型コロナウイルスの影響（2021 年の売上水準）

- (1) 2021 年の売上が 2020 年と比べて増加した企業は全体で 52.2%と、前年からは持ち直していることがうかがえる。ただ、2019 年比で増加した企業は 45.5%と、コロナ前の水準に戻るには、もう少し時間がかかると思われる。

3. 自社で行っている取組

- (1) 「環境対策」として行っていること

製造業・非製造業ともに「省エネルギー設備の導入」、「廃棄物量の把握・削減」への取組が多い。

- (2) 「働き方改革」として行っていること

製造業では「人材育成への投資（時間・費用）」、非製造業では「多様な働き方に応じた勤務体制の整備」が最多。

- (3) 自社の製品やサービスの「安全性」のために行っていること

製造業は「事故防止マニュアル等の作成」、非製造業は「顧客情報の厳正な管理」が最多。

- (4) 「地域貢献」のために行っていること

製造業では「災害時に対応できる体制を整備」、「地域の原材料を優先的に利用」が最多、非製造業では「地域の行事に積極的に参加」が最多。

【1. 業況】

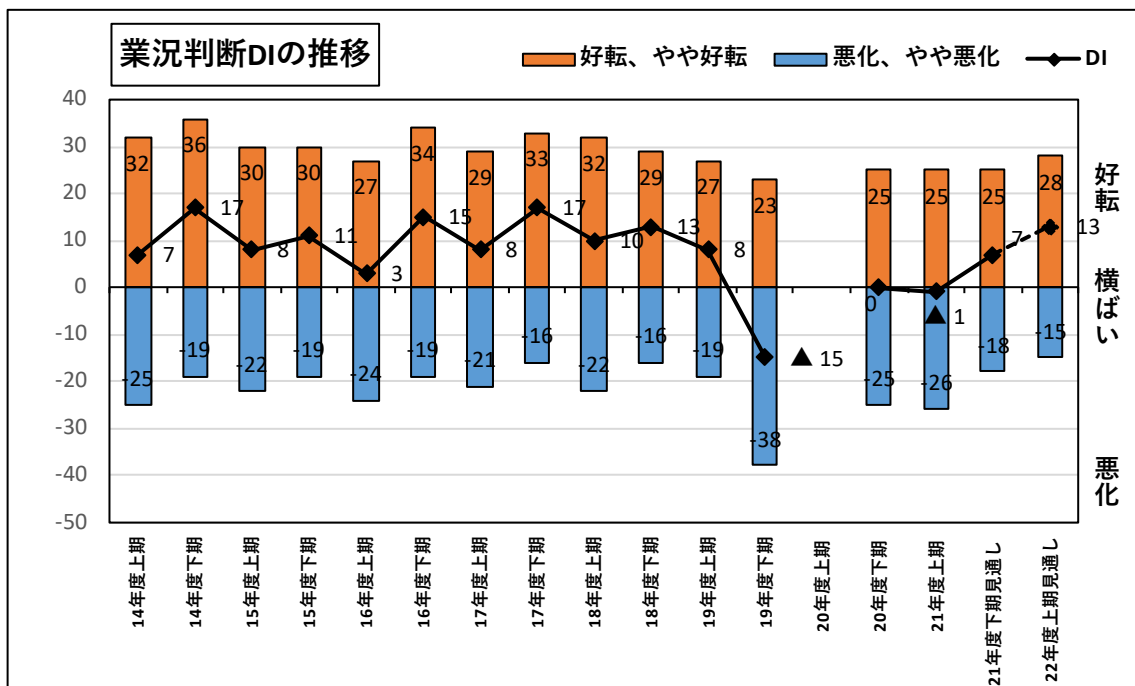
◇ 業況判断

2021 年度上期実績 DI は▲1

2021 年度下期見通し DI は+7（前期比 8 割好転）、2022 年度上期予想 DI は+13（同 6 割好転）

業況判断 DI 推移	2019年度		2020年度		2021年度		2022年度
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期予想	上期予想
全体	8	▲15	—	0	▲1	7	13
製造部門	4	▲9	—	11	2	8	13
非製造部門	10	▲19	—	▲6	▲3	6	13

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



1. 2021 年度上期実績 DI

- (1) 全体▲1、製造部門+2、非製造部門▲3
- (2) 好転>悪化：「農林水産」「運輸・通信」等
好転<悪化：「繊維品」「飲食」「宿泊」「機械器具」「食料品」「卸売」「小売」「建設」等

2. 2021 年度下期見通し DI

- (1) 全体+7（前期比 8 割好転）、製造部門+8（同 6 割好転）、非製造部門+6（同 9 割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに回復見通しで、コロナの落ち着きによる影響がみられる。
- (3) 好転>悪化：「食料品」「農林水産」「金属製品」「卸売」「建設」「医療・保険衛生」
「運輸・通信」「小売」等
好転<悪化：「繊維品」「宿泊」「機械器具」等

3. 2022 年度上期予想 DI

- (1) 全体+13（前期比 6 割好転）、製造部門+13（同 5 割好転）、非製造部門+13（同 7 割好転）
- (2) コロナの状況次第ではあるが、製造部門・非製造部門ともに好転予想。
- (3) 好転>悪化：「宿泊」「飲食」「食料品」「繊維品」「医療・保健衛生」「農林水産」
「機械器具」等
好転<悪化：「金属製品」等

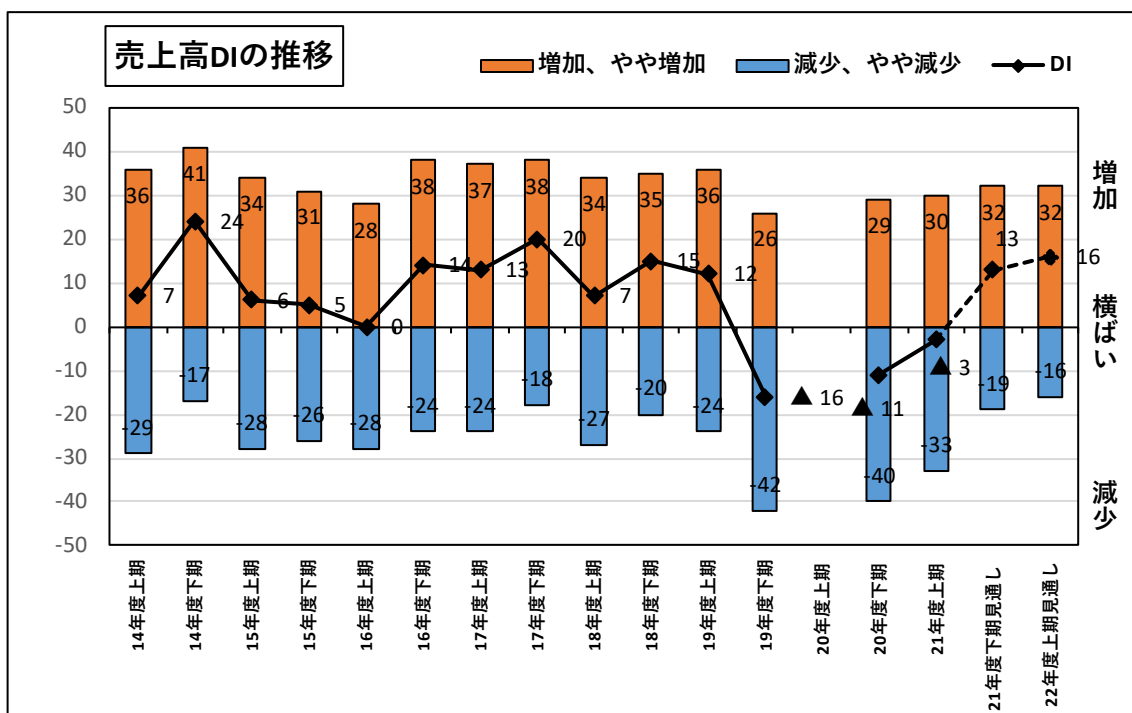
◇ 売上高

2021年度上期実績 DI は▲3

2021年度下期見通し DI は+13（前期比 16 ㊦好転）、2022年度上期予想 DI は+16（同 3 ㊦好転）

売上高 DI 推移	2019年度		2020年度		2021年度		2022年度
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期予想	上期予想
全体	12	▲ 16	—	▲ 11	▲ 3	13	16
製造部門	10	▲ 8	—	▲ 7	▲ 5	8	10
非製造部門	15	▲ 22	—	▲ 14	▲ 3	15	18

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



1. 2021年度上期実績 DI

- (1) 全体▲3、製造部門▲5、非製造部門▲3
- (2) 増加>減少：「卸売」「農林水産」「運輸・通信」等
増加<減少：「繊維品」「飲食」「宿泊」「機械器具」「小売」等

2. 2021年度下期見通し DI

- (1) 全体+13（前期比 16 ㊦好転）、製造部門+8（同 13 ㊦好転）、非製造部門+15（同 18 ㊦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：「食料品」「飲食」「宿泊」「医療・保健衛生」「卸売」「金属製品」「小売」等
増加<減少：「繊維品」「機械器具」「農林水産」等

3. 2022年度上期予想 DI

- (1) 全体+16（前期比 3 ㊦好転）、製造部門+10（同 2 ㊦好転）、非製造部門+18（同 3 ㊦好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに好転予想。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「食料品」「飲食」「医療・保健衛生」「繊維品」「建設」「卸売」「小売」等
増加<減少：「金属製品」「農林水産」「機械器具」等

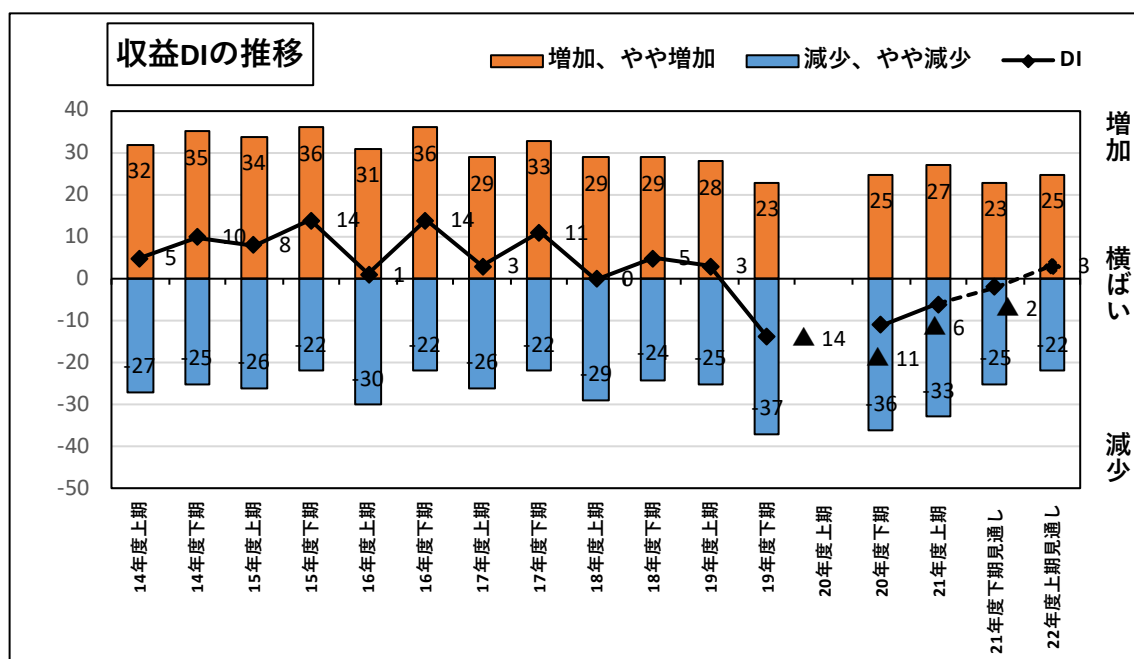
◇ 収益

2021年度上期実績 DI は▲6

2021年度下期見通し DI は▲2（前期比4割好転）、2022年度上期予想 DI は+3（同5割好転）

収益判断	D I 推移						
	2019年度		2020年度		2021年度		2022年度
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期予想	上期予想
全体	3	▲14	—	▲11	▲6	▲2	3
製造部門	1	▲8	—	▲10	▲10	▲7	▲2
非製造部門	2	▲17	—	▲11	▲4	0	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. 2021年度上期実績 DI

- (1) 全体▲6、製造部門▲10、非製造部門▲4
- (2) 増加>減少：「農林水産」「運輸・通信」「卸売」等
増加<減少：「繊維品」「宿泊」「機械器具」「飲食」「小売」「食料品」「建設」等

2. 2021年度下期見通し DI

- (1) 全体▲2（前期比4割好転）、製造部門▲7（同3割好転）、非製造部門±0（同4割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門は好転見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「食料品」「医療・保健衛生」「卸売」等
増加<減少：「機械器具」「農林水産」「繊維品」「運輸・通信」「金属製品」「小売」等

3. 2022年度上期予想 DI

- (1) 全体+3（前期比5割好転）、製造部門▲2（同5割好転）、非製造部門+6（同6割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門は好転見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「繊維品」「飲食」「医療・保健衛生」「食料品」等
増加<減少：「金属製品」「機械器具」「運輸・通信」等

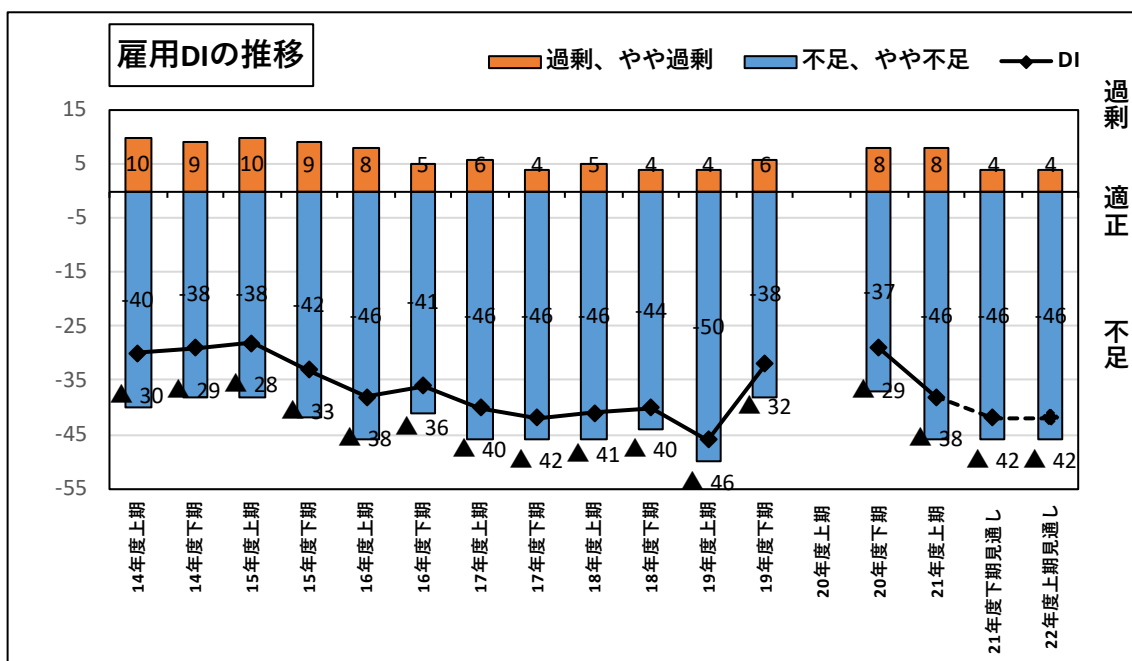
◇ 雇用

2021年度上期実績 DI は▲38

2021年度下期見通し DI は▲42（前期比4ポイント悪化）、2022年度上期予想 DI は▲42（同±0）

雇用判断	D I 推移						
	2019年度		2020年度		2021年度		2022年度
	上期実績	下期実績	上期実績	下期実績	上期実績	下期予想	上期予想
全体	▲46	▲32	—	▲29	▲38	▲42	▲42
製造部門	▲51	▲35	—	▲33	▲44	▲49	▲49
非製造部門	▲41	▲30	—	▲28	▲34	▲38	▲38

DI = (「過剰」、「やや過剰」企業の割合) - (「不足」、「やや不足」企業の割合)



1. 2021年度上期実績 DI

(1) 全体▲38、製造部門▲44、非製造部門▲34

(2) 過剰>不足：「繊維品」

過剰<不足：「金属製品」「農林水産」「建設」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「飲食」「機械器具」「小売」「宿泊」「卸売」等

2. 2021年度下期見通し DI

(1) 全体▲42（前期比4ポイント悪化）、製造部門▲49（同5ポイント悪化）、非製造部門▲38（同4ポイント悪化）

(2) 製造部門・非製造部門ともに、不足感が強まる見通し。

(3) 過剰>不足：なし

過剰<不足：「金属製品」「農林水産」「飲食」「建設」「宿泊」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「食料品」「卸売」「小売」等

3. 2022年度上期予想 DI

(1) 全体▲42（±0）、製造部門▲49（±0）、非製造部門▲38（±0）

(2) 全体で、不足感は変わらない予想。

(3) 過剰>不足：なし

過剰<不足：「金属製品」「農林水産」「飲食」「宿泊」「建設」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「食料品」「機械器具」「小売」「卸売」等

◇ 設備投資

2021 年度上期実績は 42%

2021 年度下期見通しは 47%（前期比+5%）、2022 年度下期予想は 41%（同▲6%）

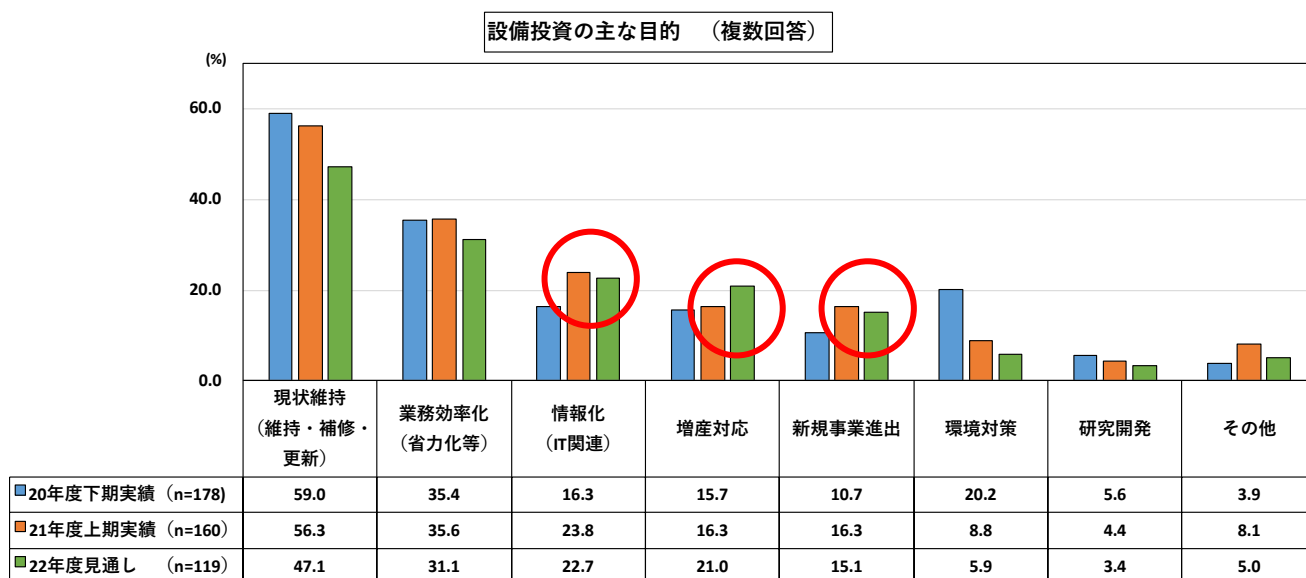
設備投資の実施状況												(単位：%)		
	2016年度		2017年度		2018年度		2019年度		2020年度		2021年度		2022年度	
	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	
全体	47	44	43	47	38	57	53	50	—	45	42	47	41	
製造部門	57	46	53	53	42	61	55	49	—	45	41	48	40	
非製造部門	41	42	36	42	35	54	52	50	—	45	42	46	41	

2021年度上期までは実績、2021年度下期・2022年度上期は予定

1. 2021 年度上期実績

- (1) 全体 42%、製造部門 41%、非製造部門 42%
- (2) 製造部門・非製造部門ともに、2020 年度下期に比べて減少、2021 年度下期は増加予想、2022 年度上期は減少の見込み。

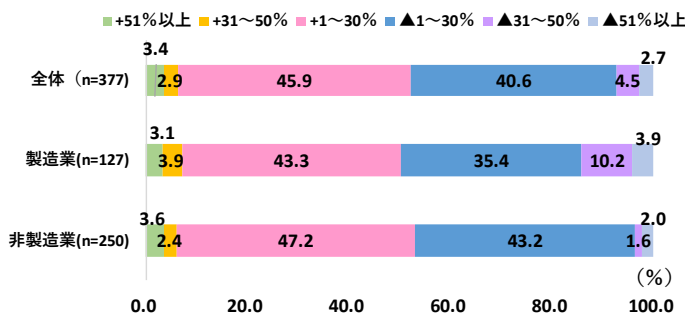
2. 設備投資の主な目的



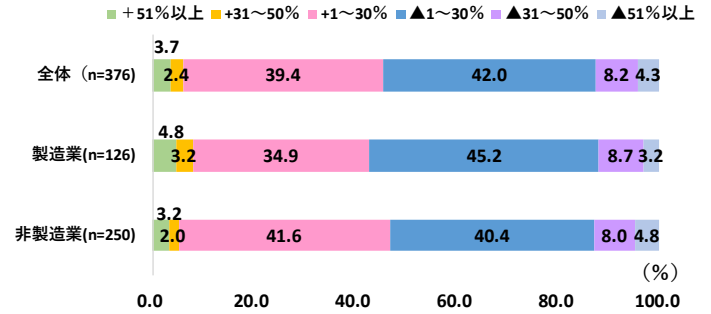
- (1) 2020 年度下期実績、2021 年度上期実績、2022 年度見通しすべてにおいて、「現状維持（維持・補修・更新）」が最多で、次いで「業務効率化」。2021 年度は、2020 年度と比較し「情報化（IT 関連）」、「新規事業進出」が増加。
- (2) 2022 年度は、「増産対応」への伸びが比較的高くなる見通し。

【2. 新型コロナウイルスの影響（2021年の売上水準）】

2021年の売上水準（2020年比）



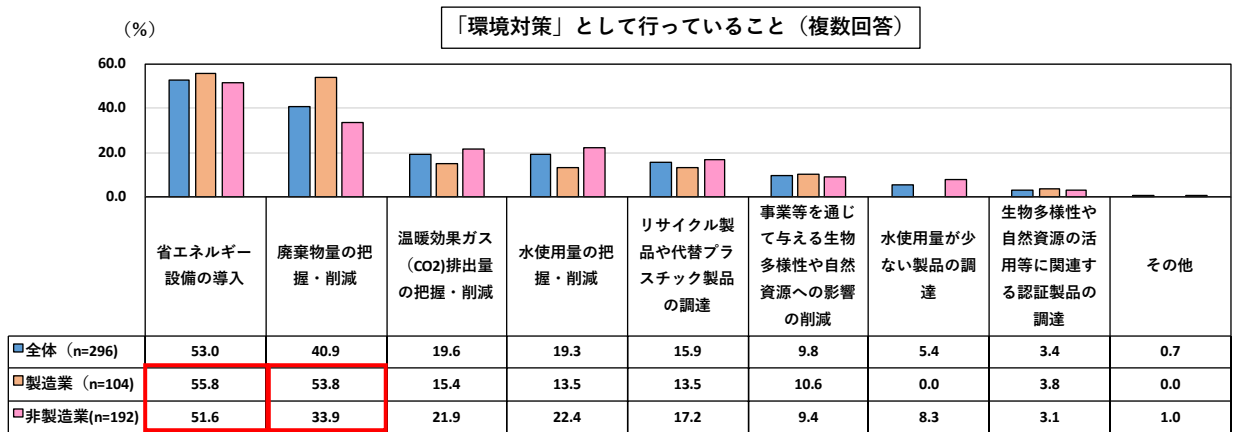
2021年の売上水準（2019年比）



- (1) 2021年の売上が、2020年比では、増加した企業は52.2%、減少した企業は47.8%と、前年からは半数以上で持ち直していることがうかがえる。ただ、2019年比でみると、増加した企業は全体で45.5%、減少した企業は54.5%と、コロナ前の水準にまでは戻っていない。

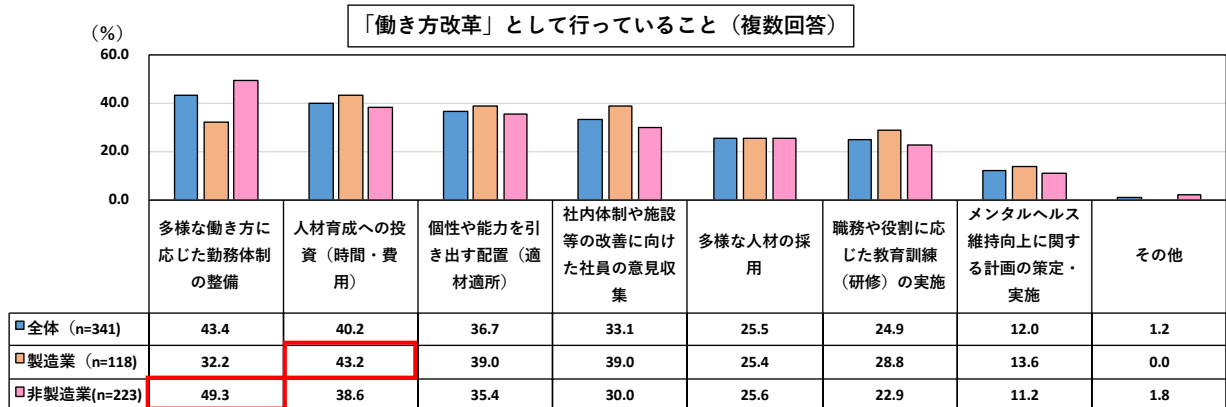
【3. 自社で行っている取組】

- (1) 「環境対策」として行っていること



製造業・非製造業ともに「省エネルギー設備の導入」、「廃棄物量の把握・削減」が多い。

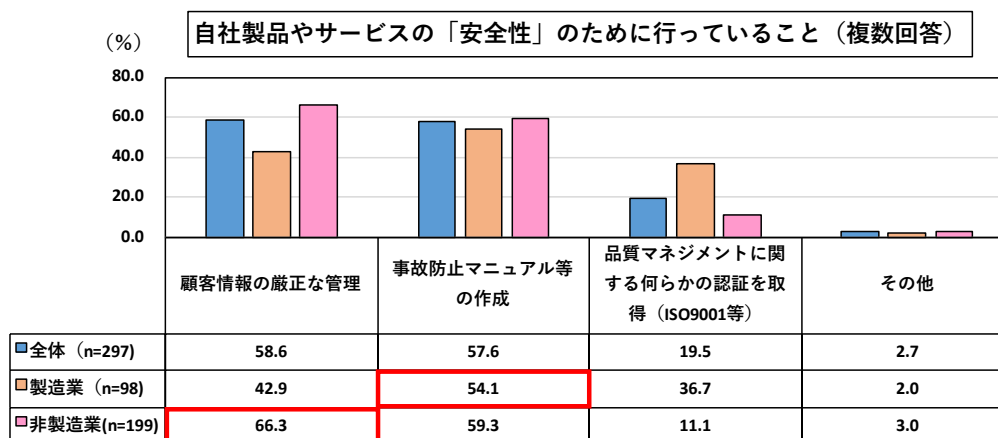
- (2) 「働き方改革」として行っていること



製造業では「人材育成への投資（時間・費用）」が最も多く、4割以上。

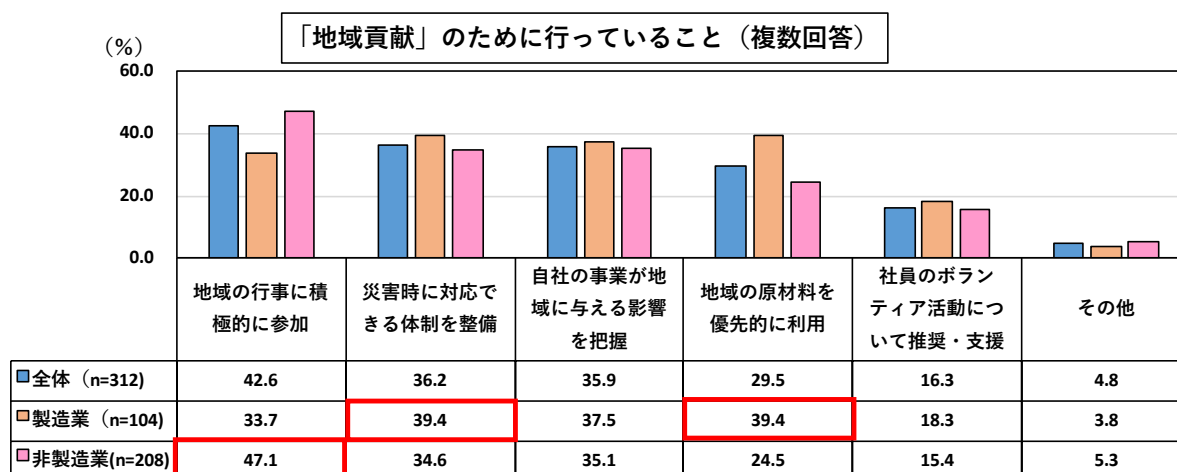
非製造業では「多様な働き方に応じた勤務体制の整備」が最多で約5割近くを占める。

(3) 自社の製品やサービスの「安全性」のために行っていること



製造業では「事故防止マニュアル等の作成」、非製造業では「顧客情報の厳正な管理」が最多。

(4) 「地域貢献」のために行っていること



製造業では「災害時に対応できる体制を整備」、「地域の原材料を優先的に利用」が最も多く約4割、非製造業では「地域の行事に積極的に参加」が最多で約5割近くを占める。

【まとめ】

- (1) 2021年度上期の業況判断DI（実績）は▲1となったものの、2021年度下期は+7と、回復見通し。
- (2) 2022年度上期の業況判断DI（予想）は+13へと大幅な回復予想ではあるが、新たな変異株流行により、景気の先行きについては不透明感がぬぐえない。
- (3) 2021年度下期はコロナの感染状況も落ち着いてきていることから、設備投資は増加見通し。2022年度上期は減少予想で、先行きについては慎重な見方となっているが、設備投資目的として「増産対応」など前向きな投資が増えている。
- (4) 2021年の売上は、コロナ禍（2020年）からは持ち直していることがうかがえるが、コロナ前（2019年）の水準に戻るには、もう少し時間がかかると思われる。
- (5) 2050年に温暖化ガス排出を実質ゼロとする目標が掲げられており、脱炭素に向け、「省エネ設備導入」「廃棄物量の把握・削減」などの取組を行っている企業が多い。

以上