

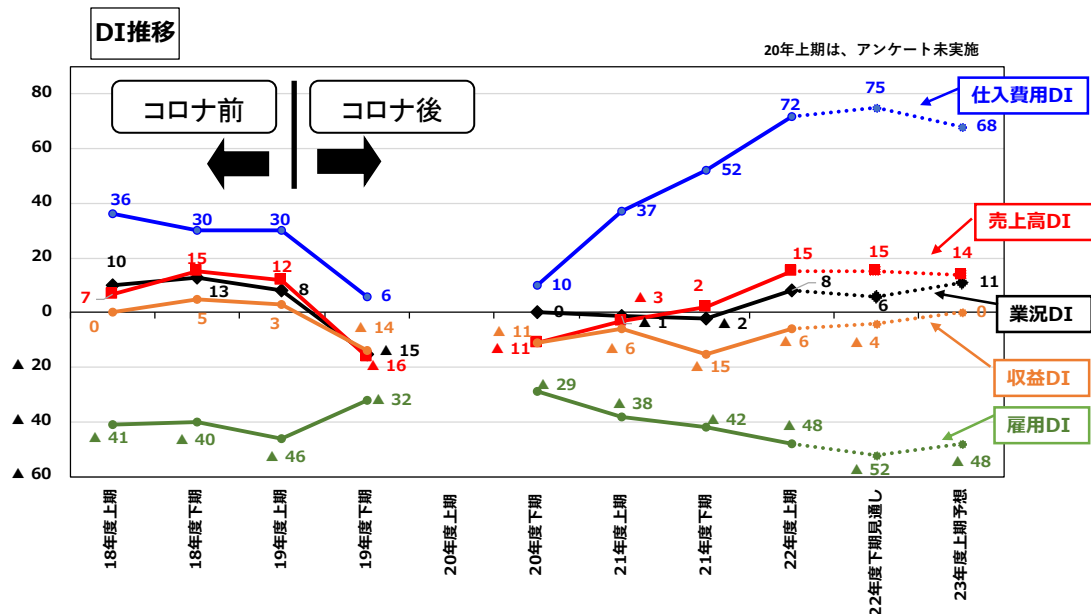
## 第99回 愛媛県内企業動向アンケート調査結果

～2022年度上期実績、2022年度下期見通し、2023年度上期予想～

### 【要約】

#### 1. 業況

- (1) 2022年度上期実績DIは+8。仕入費用DI+72と、大幅に増加。
- (2) 緩やかな回復が予想されているものの、人手不足と仕入費用の増加傾向も続く見通しで、先行きの不透明感はぬぐえない。



- (3) 2022年度上期の設備投資実施企業は、全産業で48%。2022年度下期、2023年度上期はそれぞれ46%と減少見通しで、慎重な見方。

#### 2. 新型コロナウイルスの影響（2022年9月時点の売上水準）

- (1) 2022年9月時点の売上が2021年と比べて増加した企業は全体で62.0%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51.0%と、5割を超えたものの、コロナ前の水準（2019年上期）に戻るには、まだ少し時間がかかると思われる。

#### 3. 人手不足の対応策

- (1) 人手不足の状況が続いているなか、人手不足の対応策として、製造業では、「多様な人材の採用」や「業務効率化」を行う予定の企業が多くなっている。

#### 4. 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割近く、非製造業は約4割。  
今後（見通し・予想）価格転嫁を実施する企業は製造業・非製造業ともにさらに増加する見込み。
- (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、十分な価格転嫁が進んでいないことがうかがえる。

#### 5. 2022年の最低賃金引き上げの影響

- (1) 最低賃金引き上げによる経営への影響が「ある」企業は全体で約35%。

#### 6. 愛媛県内景気の見通し

- (1) 愛媛県内の景気について、半年後・1年後ともに「悪化する」が4割以上を占めている。
- (2) 悪化理由については、「原材料・エネルギー価格の高騰」が最多。

## 【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	2022年10月
調査期間	実績：2022年度上期（2022年4月～2022年9月） 見通し：2022年度下期（2022年10月～2023年3月） 予想：2023年度上期（2023年4月～2023年9月）
調査項目	業況判断、売上高、収益、仕入費用、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		989	348	35.2	100.0
製造部門	製造業	136	64	47.1	18.4
	建設業	106	37	34.9	10.6
	農林水産業	21	9	42.9	2.6
非製造部門	卸売業	124	38	30.6	10.9
	小売業	140	40	28.6	11.5
	不動産業	55	15	27.3	4.3
	運輸・通信業	59	32	54.2	9.2
	サービス業	348	113	32.5	32.5

※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】

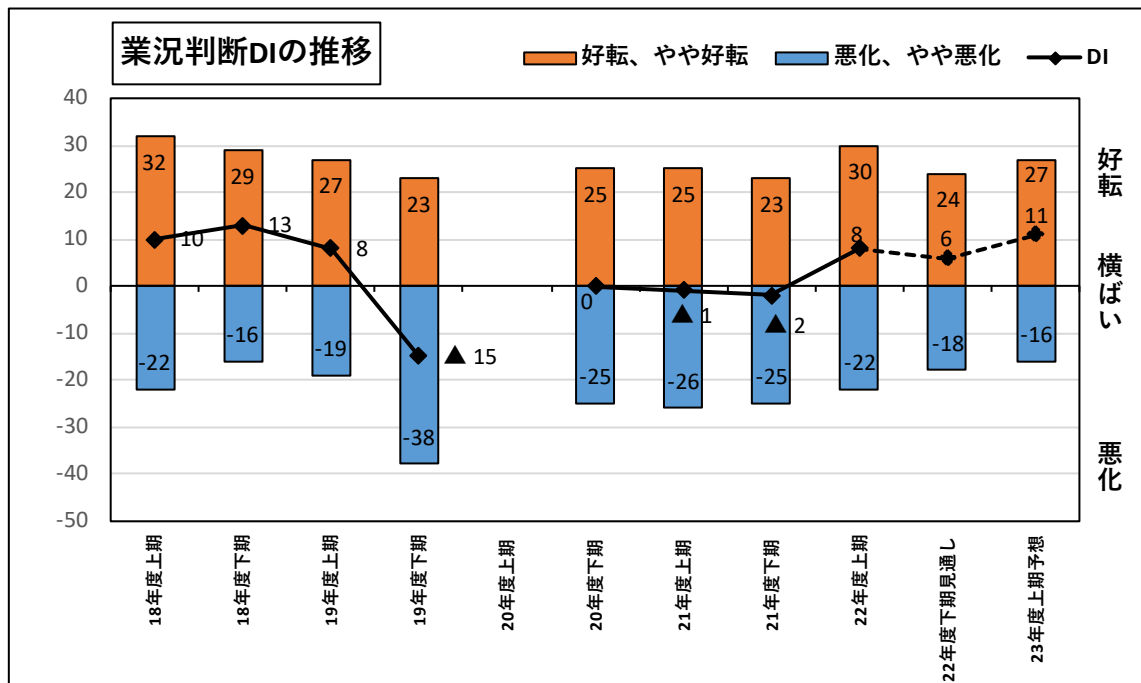
### ◇ 業況判断

2022年度上期実績 DI は+8

2022年度下期見通し DI は+6（前期比2割悪化）、2023年度上期予想 DI は+11（同5割好転）

業況判断 DI 推移	2019年度		2020年度		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	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	8	▲15	—	0	▲1	▲2	8	6	11
製造部門	4	▲9	—	11	2	1	10	3	6
非製造部門	10	▲19	—	▲6	▲3	▲2	6	8	14

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



### 1. 2022年度上期実績 DI

- (1) 全体+8、製造部門+10、非製造部門+6
- (2) 好転>悪化：「宿泊」「食料品」「繊維品」「卸売」「運輸・通信」「小売」「建設」等  
好転<悪化：「パルプ・紙」「機械器具」「医療・保健衛生」等

### 2. 2022年度下期見通し DI

- (1) 全体+6（前期比2割悪化）、製造部門+3（同7割悪化）、非製造部門+8（同2割好転）
- (2) 製造部門は前期に比べ「好転」が減少しつつも、非製造部門とともに好転超の見通し。
- (3) 好転>悪化：「宿泊」「繊維品」「飲食」「食料品」「運輸・通信」「金属製品」「小売」「卸売」等  
好転<悪化：「パルプ・紙」「機械器具」「建設」等

### 3. 2023年度上期予想 DI

- (1) 全体+11（前期比5割好転）、製造部門+6（同3割好転）、非製造部門+14（同6割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに好転予想。
- (3) 好転>悪化：「飲食」「宿泊」「繊維品」「食料品」「医療・保健衛生」「卸売」「小売」「機械器具」「運輸・通信」等

好転<悪化：「パルプ・紙」「金属製品」「建設」等

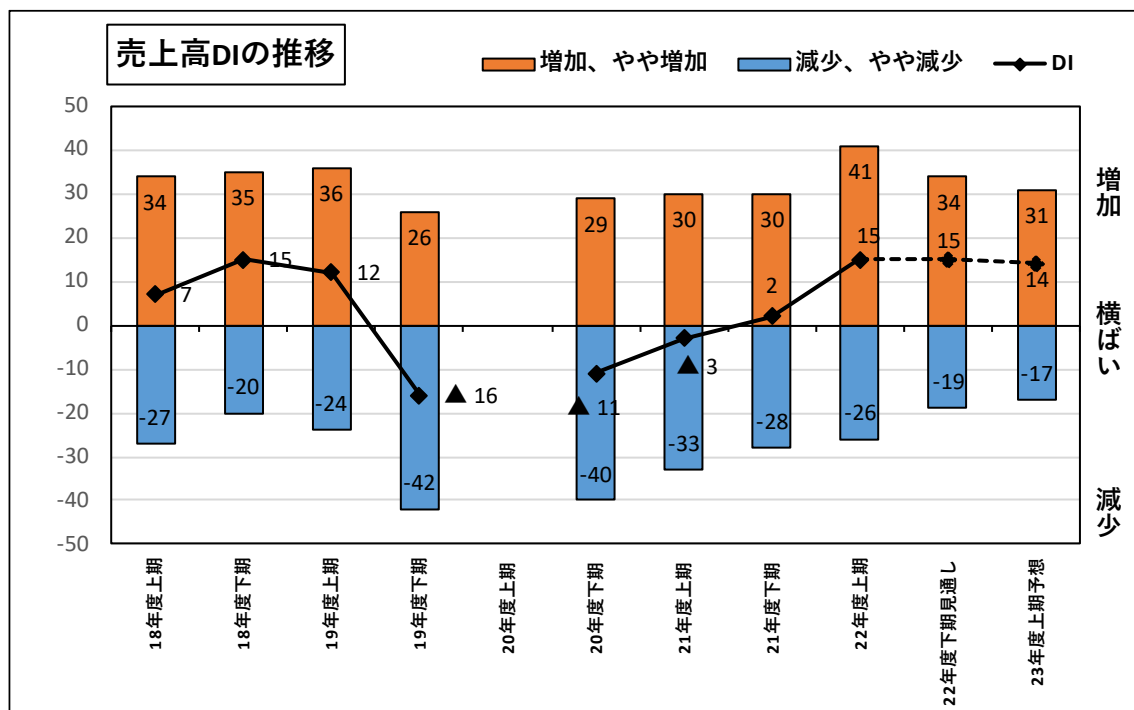
## ◇ 売上高

2022年度上期実績 DI は+15

2022年度下期見通し DI は+15（前期比±0 変）、2023年度上期予想 DI は+14（同1 変悪化）

売上高 DI 推移	2019年度		2020年度		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	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	12	▲ 16	—	▲ 11	▲ 3	2	15	15	14
製造部門	10	▲ 8	—	▲ 7	▲ 5	▲ 1	8	12	8
非製造部門	15	▲ 22	—	▲ 14	▲ 3	4	19	16	17

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年度上期実績 DI

- (1) 全体+15、製造部門+8、非製造部門+19
- (2) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「食料品」「運輸・通信」「卸売」「小売」等  
増加<減少：「繊維品」「農林水産」「機械器具」「医療・保健衛生」等

### 2. 2022年度下期見通し DI

- (1) 全体+15（前期比±0 変）、製造部門+12（同4 変好転）、非製造部門+16（同3 変悪化）
- (2) 非製造部門は前期に比べ「好転」が減少しつつも、製造部門とともに好転超の見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「食料品」「金属製品」「運輸・通信」「卸売」「繊維品」「医療・保健衛生」等  
増加<減少：「農林水産」等

### 3. 2023年度上期予想 DI

- (1) 全体+14（前期比1 変悪化）、製造部門+8（同4 変悪化）、非製造部門+17（同1 変好転）
- (2) 製造部門は前期に比べ「好転」が減少しつつも、非製造部門とともに好転超の予想。
- (3) 増加>減少：「飲食」「宿泊」「繊維品」「食料品」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「機械器具」「卸売」「小売」等  
増加<減少：「パルプ・紙」「農林水産」「建設」等

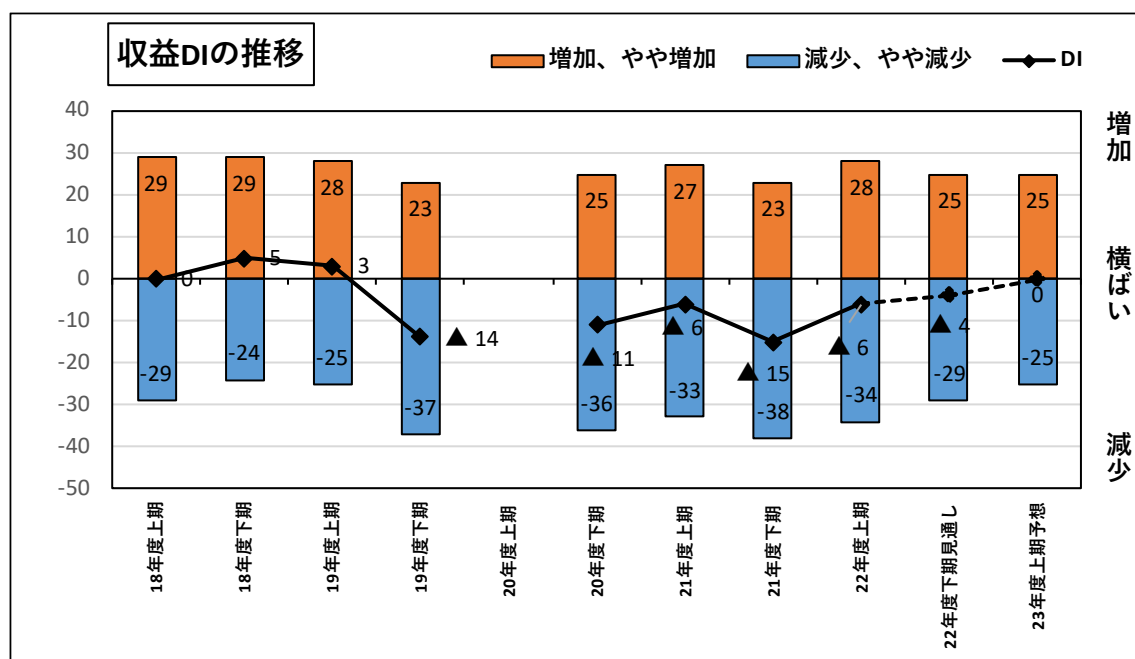
## ◇ 収益

2022年度上期実績 DI は▲6

2022年度下期見通し DI は▲4（前期比2割好転）、2023年度上期予想 DI は0（同4割好転）

収益判断 DI 推移	2019年度		2020年度		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	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
全体	3	▲14	—	▲11	▲6	▲15	▲6	▲4	0
製造部門	1	▲8	—	▲10	▲10	▲18	▲10	▲15	▲13
非製造部門	2	▲17	—	▲11	▲4	▲14	▲4	▲1	6

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：「宿泊」「繊維品」「食料品」「小売」「運輸・通信」等  
増加<減少：「パルプ・紙」「機械器具」「建設」「医療・保健衛生」「金属製品」「飲食」「卸売」等

### 2. 2022年度下期見通し DI

- (1) 全体▲4（前期比2割好転）、製造部門▲15（同5割悪化）、非製造部門▲1（同3割好転）
- (2) 非製造部門は好転見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「飲食」「繊維品」「食料品」「医療・保健衛生」「金属製品」等  
増加<減少：「パルプ・紙」「建設」「機械器具」「卸売」「農林水産」「小売」「運輸・通信」等

### 3. 2023年度上期予想 DI

- (1) 全体0（前期比4割好転）、製造部門▲13（同2割好転）、非製造部門+6（同7割好転）
- (2) 製造部門・非製造部門ともに好転の見通し。
- (3) 増加>減少：「宿泊」「繊維品」「飲食」「食料品」「医療・保健衛生」等  
増加<減少：「パルプ・紙」「建設」「農林水産」「金属製品」「卸売」「機械器具」「小売」「運輸・通信」等

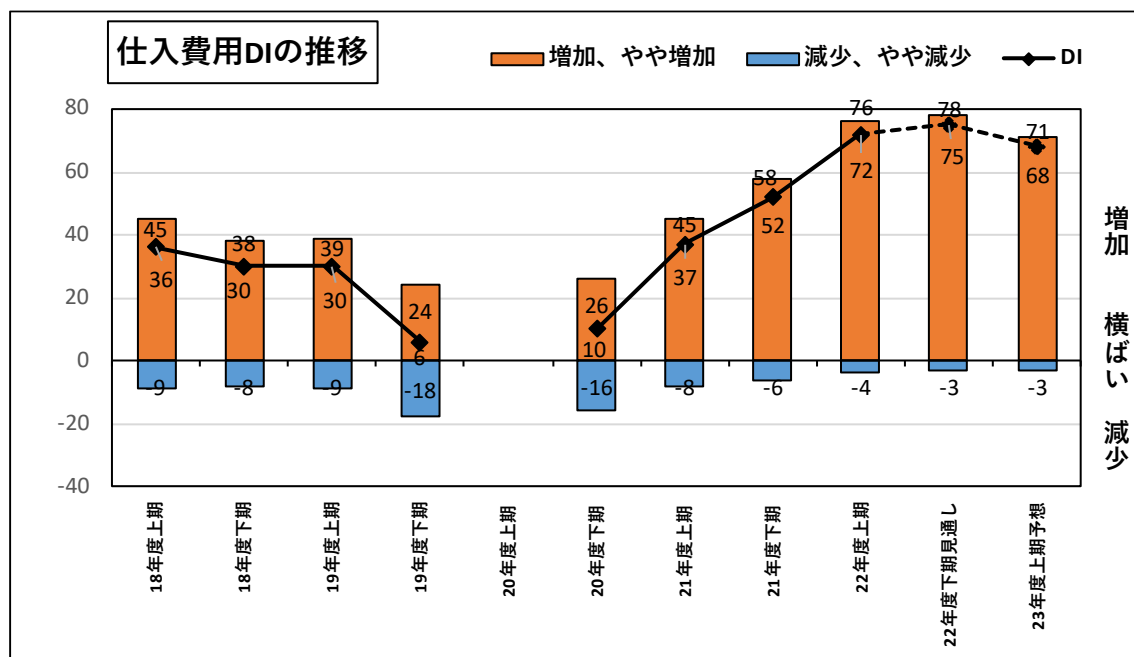
## ◇ 仕入費用

2022年度上期実績 DI は+72

2022年度下期見通し DI は+75（前期比3割増）、2023年度上期予想 DI は+68（同7割減）

仕入費用判断 DI 推移	2019年度		2020年度		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	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
	全体	30	6	—	10	37	52	72	75
製造部門	36	9	—	16	50	63	83	79	70
非製造部門	26	3	—	7	30	46	67	74	67

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年度上期実績 DI

(1) 全体+72、製造部門+83、非製造部門+67

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

### 3. 2022年度下期見通し DI

(1) 全体+75（前期比3割増）、製造部門+79（同4割減）、非製造部門+74（同7割増）

(2) 非製造部門は増加見通し。

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

### 3. 2023年度上期予想 DI

(1) 全体+68（前期比7割減）、製造部門+70（同9割減）、非製造部門+67（同7割減）

(2) 製造部門・非製造部門ともに減少の見通し。

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

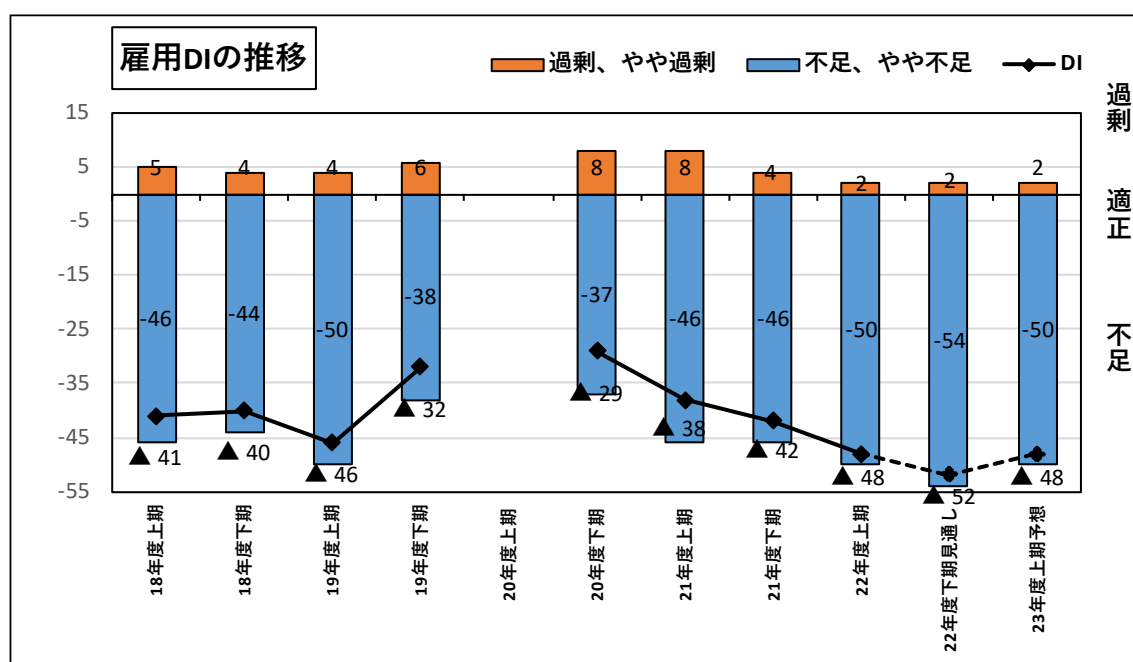
## ◇ 雇用

2022 年度上期実績 DI は▲48

2022 年度下期見通し DI は▲52（前期比 4 割悪化）、2023 年度上期予想 DI は▲48（同 4 割好転）

雇用判断 DI 推移	2019年度		2020年度		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	上期実績	下期実績	上期実績	下期見通し	上期予想
	全体	▲46	▲32	—	▲29	▲38	▲42	▲48	▲52
製造部門	▲51	▲35	—	▲33	▲44	▲44	▲55	▲56	▲53
非製造部門	▲41	▲30	—	▲28	▲34	▲40	▲45	▲50	▲46

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



### 1. 2022 年度上期実績 DI

(1) 全体▲48、製造部門▲55、非製造部門▲45

(2) 過剰>不足：なし

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

### 2. 2022 年度下期見通し DI

(1) 全体▲52（前期比 4 割悪化）、製造部門▲56（同 1 割悪化）、非製造部門▲50（同 5 割悪化）

(2) 特に非製造部門で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」「宿泊」「飲食」「パルプ・紙」「農林水産」「食料品」「建設」「医療・保健衛生」「運輸・通信」「小売」「卸売」「機械器具」等

### 4. 2023 年度上期予想 DI

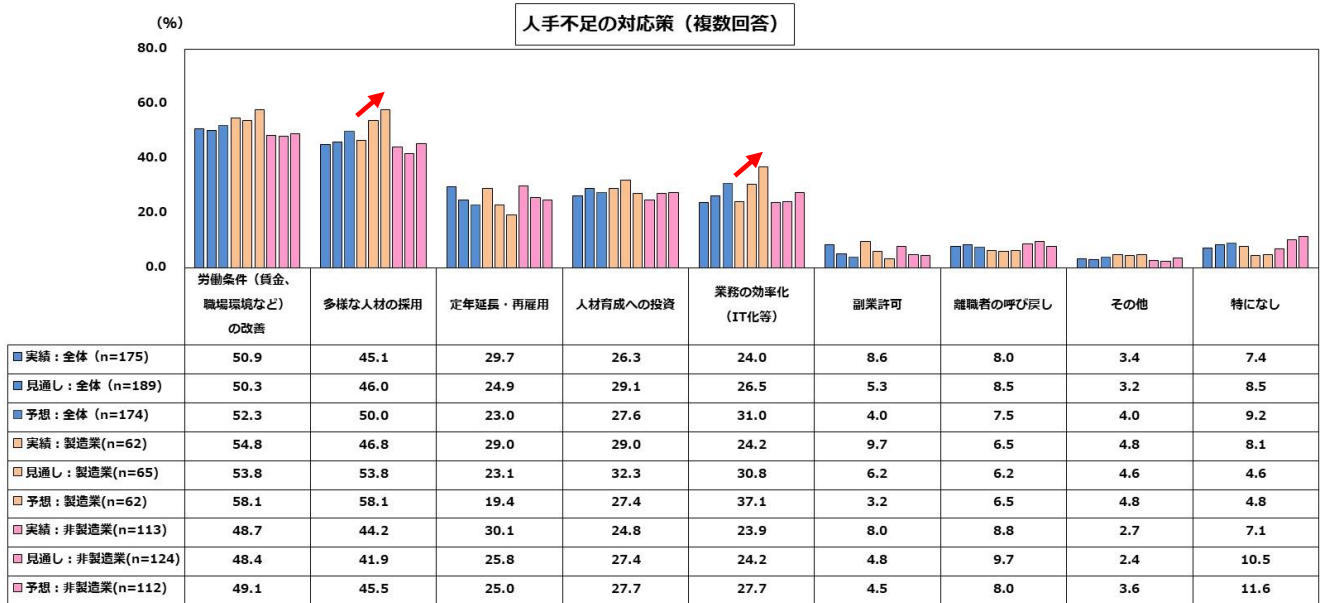
(1) 全体▲48（前期比 4 割好転）、製造部門▲53（同 3 割好転）、非製造部門▲46（同 4 割好転）

(2) 製造部門・非製造部門ともに前期より好転するものの、全体で不足感が続く予想。

(3) 過剰>不足：「繊維品」

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

#### 4. 人手不足の対応策



多くの企業が人手不足に直面しているなか、人手不足の対応策として、最も多かったのが、製造業・非製造業ともに「労働条件（賃金、職場環境など）の改善」。製造業の予想・見通しでは、「多様な人材の採用」や「業務効率化」を行う予定の企業が多くなっている。多様な価値観を持った人材を採用することは、少子高齢化による人手不足の対策としてだけでなく、企業がさらに発展するためにも重要なため、今後もこの傾向は高まってくると思われる。

#### ◇ 設備投資

2022 年度上期実績は 48%

2022 年度下期見通しは 46%（前期比▲2%）、2023 年度上期予想は 46%（同±0%）

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
		上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期	下期	上期
全体		38	57	53	50	—	45	42	45	48	46	46
製造部門		42	61	55	49	—	45	41	43	54	46	46
非製造部門		35	54	52	50	—	45	42	46	46	45	45

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

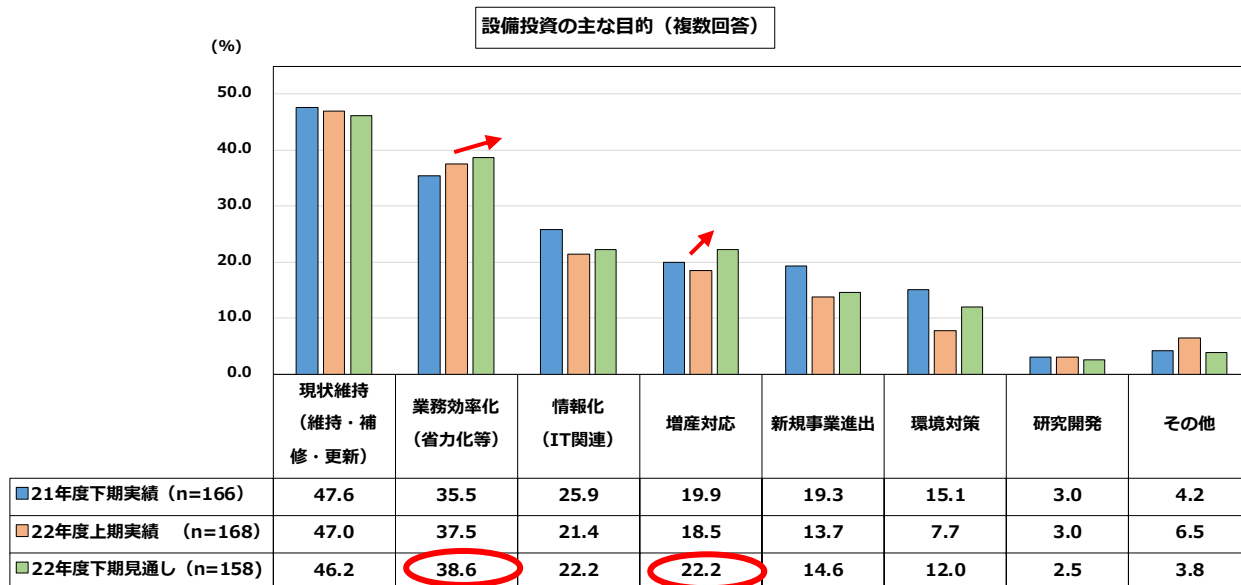
#### 1. 2022 年度上期実績

(1) 全体 48%、製造部門 54%、非製造部門 46%

(2) 製造部門では、2021 年度下期に比べて増加、2022 年度下期は減少の見通し。2022 年度下期予想は製造部門・非製造部門ともに依然 50%割れとなっており、先行きについては慎重な見方。



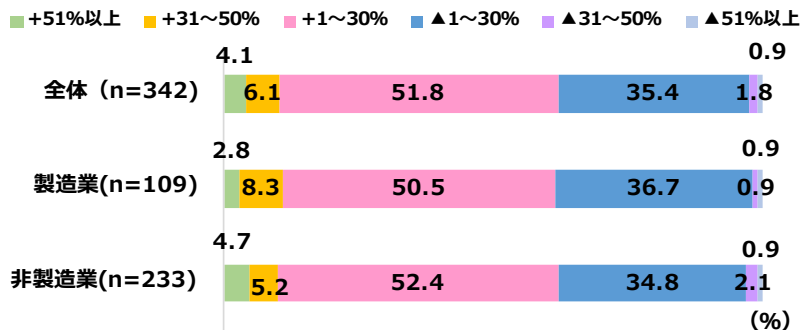
## 2. 設備投資の主な目的



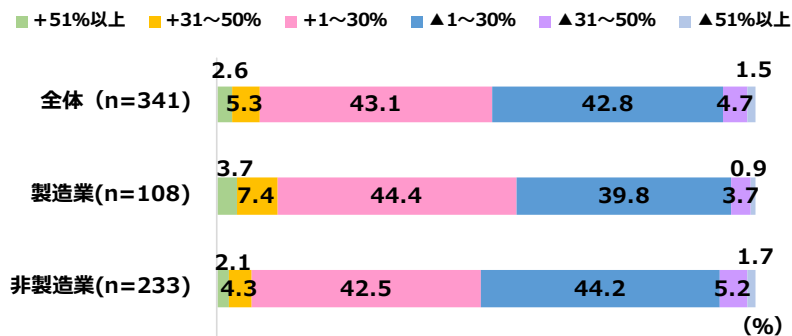
- (1) 2021年度下期実績、2022年度上期実績、2022年度下期見通しすべてにおいて、「現状維持（維持・補修・更新）」が最多で、次いで「業務効率化」。
- (2) 2022年度下期見通しは、「業務効率化」、「増産対応」への伸びが比較的高くなる見通し。

## 【2. 新型コロナウイルスの影響（2022年9月時点の売上水準）】

### 2022年の売上水準（2021年9月比）



### 2022年の売上水準（2019年9月比）



2022年9月時点の売上が、2021年9月比で、増加した企業は62.0%、減少した企業は38.0%と、前年からは6割近くの企業が回復傾向にある。ただ、2019年9月比でみると、増加した企業は全体で51.0%、減少した企業は49.0%と、コロナ前の水準にまでは依然戻っていない企業も多い。

### 【3. 原材料価格等の上昇による価格転嫁】

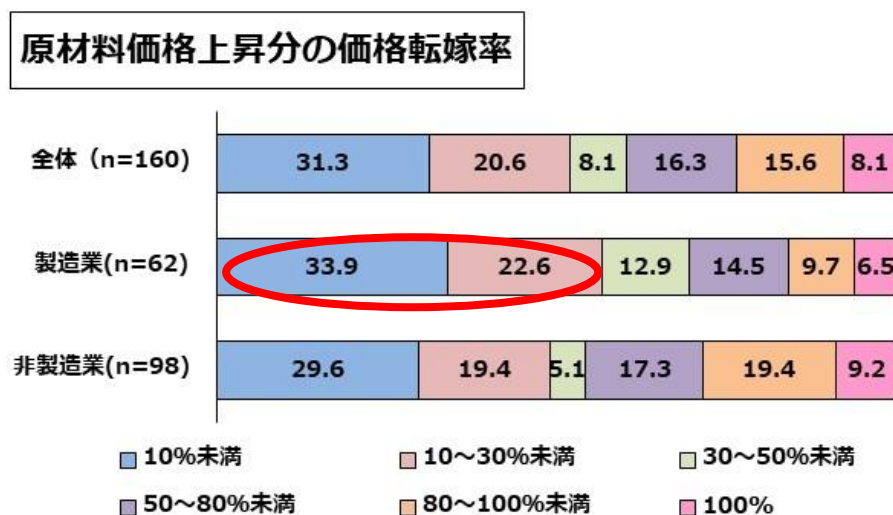
#### (1) 原材料価格等の上昇による価格転嫁の実施

		実施なし	実施あり (%)
全体	実績 (n=344)	52.0	48.0
	見通し (n=346)	41.3	58.7
	予想 (n=346)	39.0	61.0
製造業	実績(n=109)	41.3	58.7
	見通し(n=110)	25.5	74.5
	予想(n=110)	21.8	78.2
非製造業	実績(n=235)	57.0	43.0
	見通し(n=236)	48.7	51.3
	予想(n=236)	47.0	53.0

価格転嫁を実施している企業は、製造業は約 6 割近く、非製造業は約 4 割。前回調査時（2022 年 3 月時点）における価格転嫁の実施率は、製造業約 4 割、非製造業約 3 割と、前回より増加している。

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 7 割以上、非製造業では 5 割以上を占めている。企業努力だけで対応するのは難しい状況がうかがえる。

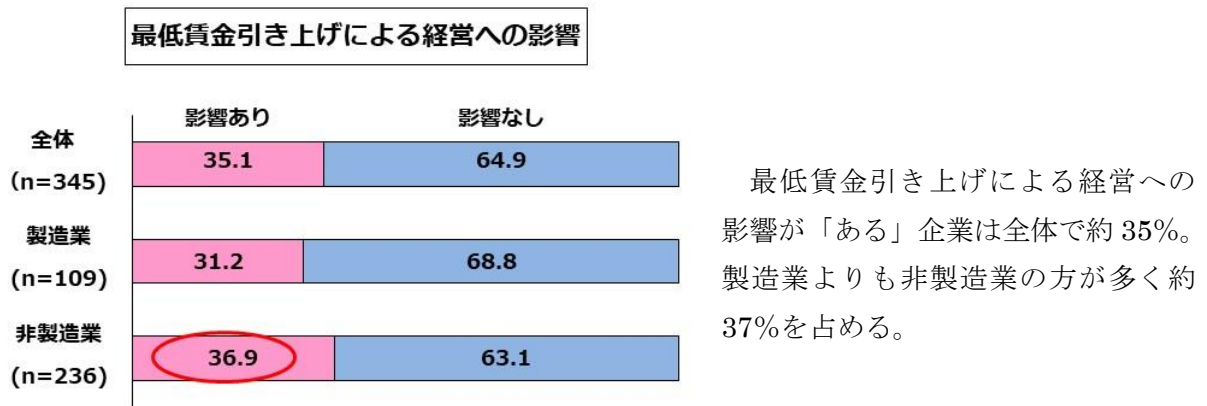
#### (2) 原材料価格等上昇分の価格転嫁率



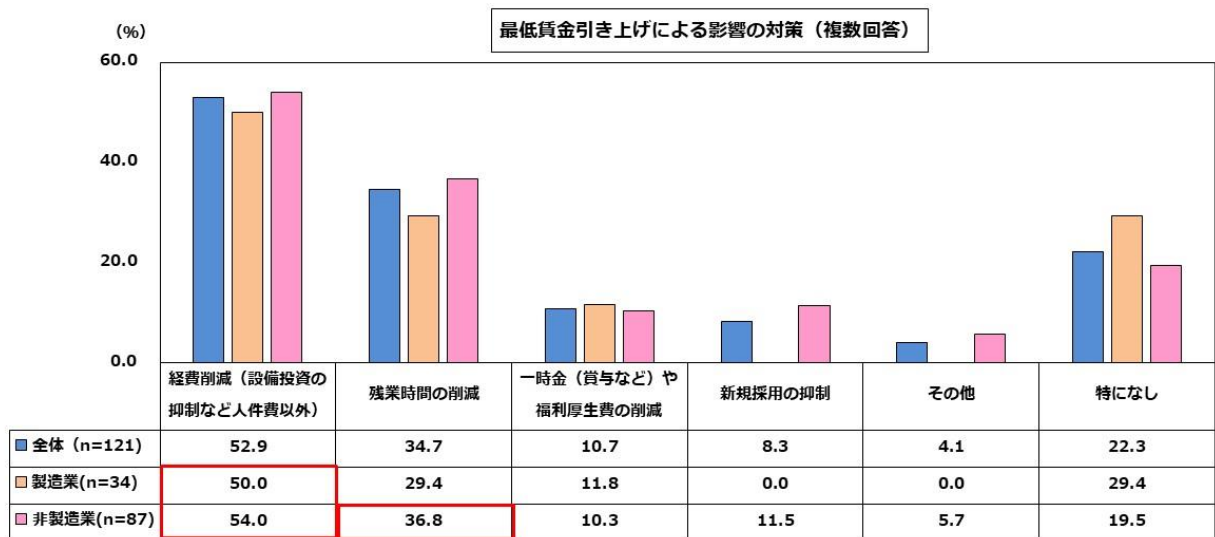
価格転嫁を実施している企業のうち、原材料価格上昇分をすべて（100%）価格転嫁できている企業は全体でわずか 8%程度。特に製造業では、価格転嫁率が 30%未満の企業が多く、半数を占めている。価格転嫁を実施している企業は増えているものの、十分な転嫁を行うことができていない企業も多いことがうかがえる。

#### 【4. 2022年の最低賃金引き上げの影響】

(1) 2022年の最低賃金引き上げによる経営への影響



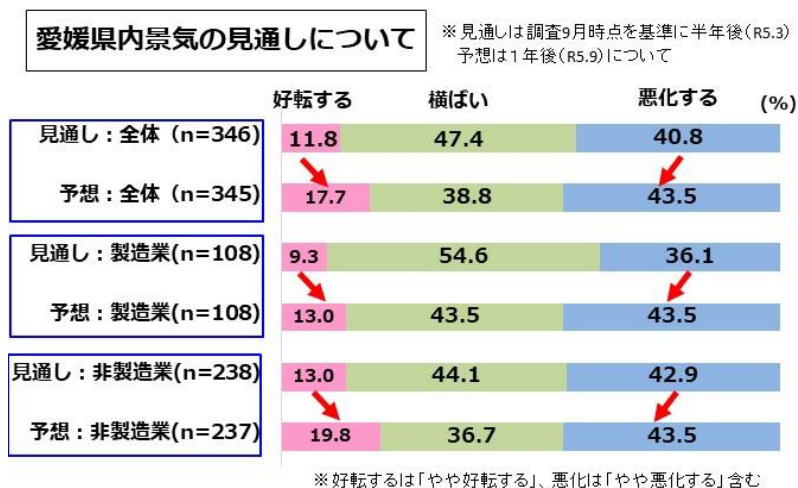
(2) 最低賃金引き上げによる影響への対策



最低賃金引き上げによる影響が「ある」企業のうち、影響への対策として行っていることで最も多かったのが「経費削減 (設備投資の抑制など人件費以外)」で、約5割を占める。

#### 【5. 愛媛県内景気の見通し】

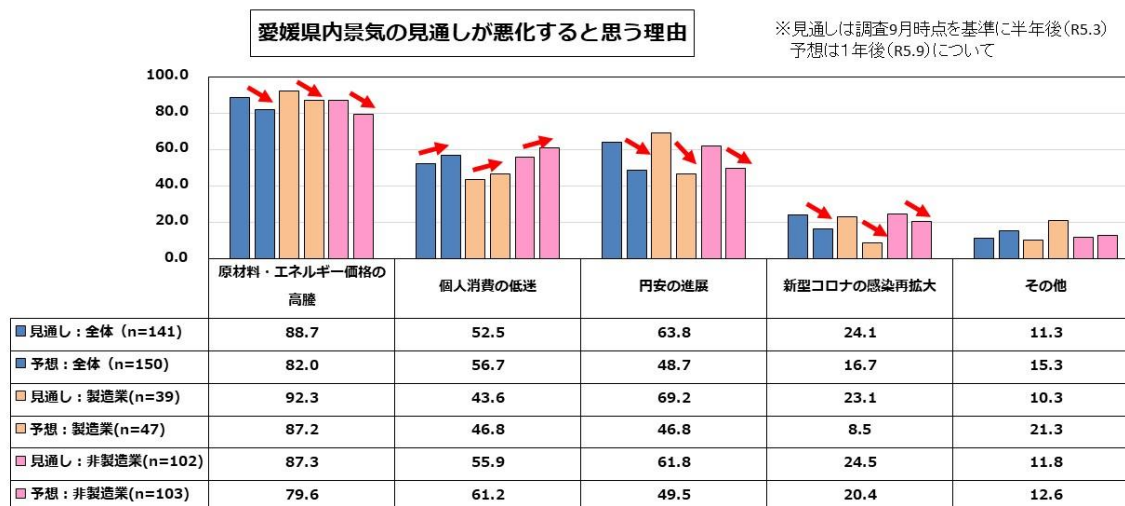
(1) 半年後・1年後の愛媛県内景気の見通し



愛媛県内の景気について、全体で「好転する」が見通し (半年後) から予想 (1年後) においてわずかながら増加しつつも、「悪化する」が4割以上を占めている。

先行きについては、慎重な見方をしている企業が多い。

## (2) 愛媛県内景気が悪化するという理由



今後の愛媛県内景気が悪化する理由として、最も多かったのが「原材料・エネルギー価格の高騰」。見通しから予想において、「原材料・エネルギー価格の高騰」や「円安の進展」「新型コロナの感染拡大」は減少している一方、「個人消費の低迷」が増加。特に、非製造業において「個人消費の低迷」を不安視している企業が多くなっている。賃金の伸び悩みや家計の負担増もあり、個人消費が本格的に回復するには、まだ時間がかかりそうだ。

### 【まとめ】

2022年度上期の業況判断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、2022年度下期（見通し）、2023年度上期（予想）も改善傾向が続くとみられている。ただ、人手不足や仕入費用の増加も続く見通しで、先行きの不透明感はぬぐえない。

また、価格転嫁を既に行っている企業は、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で、今後の動向に注視していきたい。

以上