

2021年12月23日

静岡県内企業経営者の景気見通し調査(2022年1～6月期 B.S.I.)

景況感は3期連続で改善 ～製造業・非製造業ともに大幅続伸～

静岡経済研究所（理事長 馬瀬和人）では、11月中旬に実施した「静岡県内企業経営者の景気見通し調査」の結果をとりまとめましたので、その内容をお知らせします。

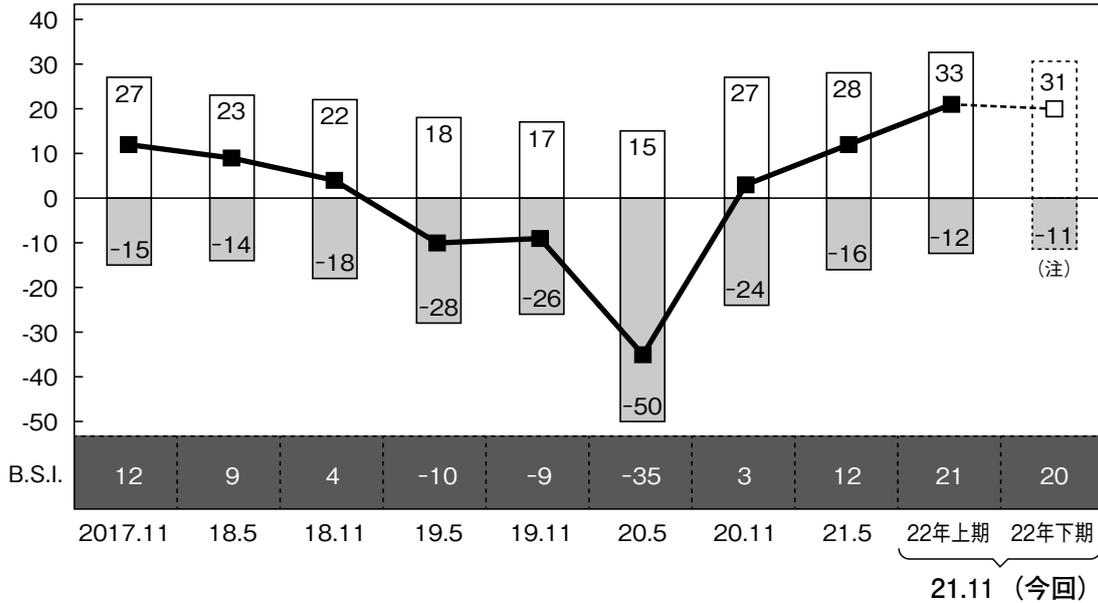
景気見通し

- 2022年上期（1～6月）のB. S. I.（業界景気見通し指数）は、「上昇」（33%）が「下降」（12%）を+21ポイント上回り、1996年5月調査以来の高水準となった。
- 企業規模別にみると、大企業では「上昇」（45%）が「下降」（6%）を+39ポイントと大きく上回り、中小企業も「上昇」（31%）が「下降」（13%）を+18ポイント上回った。特に、大企業のうち製造業では「上昇」が58%と半数を超える一方、「下降」は0%で、B. S. I. は+58と突出して高い。
- 業種別にみると、全19業種のうち、「上昇」が15業種、「横ばい」が2業種、「下降」が2業種となった。「繊維品」（ $\Delta 50 \rightarrow +29$ ）や「化学・ゴム製品」（ $\Delta 33 \rightarrow +13$ ）などが上昇に転じ、「電気機械器具」（ $+33 \rightarrow +57$ ）や「輸送用機械器具」（ $+12 \rightarrow +42$ ）、「卸売業」（ $+8 \rightarrow +25$ ）など幅広い業種で改善傾向を強めた。
- 2022年下期の見通しについては、「上昇」（31%）が「下降」（11%）を+20ポイント上回り、企業規模別では大企業が+33、中小企業が+18と、特に大企業で景況感の改善は継続するとの見方が強い。

※本件のお問い合わせ先 担当（後藤 裕大）

景況感は3期連続で改善 ～製造業・非製造業ともに大幅続伸～

図表1 業界景気見通し（B.S.I.）の推移



□ 上昇 (%)、■ 下降 (%) ■ B.S.I. (「上昇」と「下降」の差を指数化したもの)

(注) 2022年下期は2022年上期と比べた業績見通し

景気見通し（概況）

□ B.S.I. は高水準で推移、大企業で改善するとの見方が強い

2022年上期（1～6月）のB.S.I.（※）による業界景気見通しは、「上昇」（33%）が「下降」（12%）を+21ポイント上回り、1996年5月調査以来の高水準となった（図表1）。生産量や販売数量の増加を見込み、企業経営者の景況感は大幅に改善した。一方で、原材料（仕入）価格や賃金が上昇しており、利益確保の判断は分かれる結果となった。

企業規模別にみると、大企業では「上昇」（45%）が「下降」（6%）を+39ポイントと大きく上回り、中小企業も「上昇」（31%）が「下降」（13%）を+18ポイント上回った。特に、大企業のうち製造業では、「上昇」が58%と半数を超える一方「下降」は0%で、B.S.I.は+58と突出して高い（図表2）。

2022年下期（7～12月）は、「上昇」（31%）が「下降」（11%）を+20ポイント上回る結果となった。企業規模別でみると、大企業では+33、中小企業でも+18と、特に大企業で景況感の改善は継続するとの見方が強い（図表2）。

（※）B.S.I.（Business Survey Index）とは、「上昇」と「下降」の差を指数化したもの。次頁の「調査の要領」を参照。

業種別見通し

□製造業、非製造業ともに改善傾向を強める

2022年上期の業種ごとの見通しを前回調査と比べると、製造業（+14→+23）、非製造業（+10→+18）ともに改善するとの見方が強まった（図表3）。

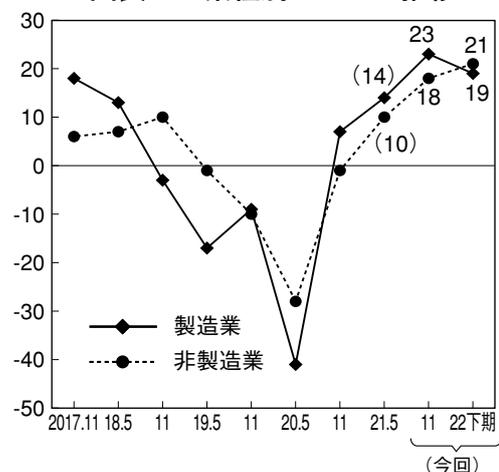
業種を詳細にみると、全19業種のうち、「上昇」が15業種、「横ばい」が2業種、「下降」が2業種となった。「繊維品」（△50→+29）や「化学・ゴム製品」（△33→+13）などが上昇に転じ、「電気機械器具」（+33→+57）や「輸送用機械器具」（+12→+42）、「卸売業」（+8→+25）など幅広い業種で改善傾向を強めた（7頁付表）。

なお、2022年下期の見通しについても、製造業が+19、非製造業が+21と引き続き景況感の改善を見込む。

図表2 業種別・規模別 B.S.I. (単位：%)

項目 業種別・ 規模別	回答 企業 数	業 界 景 気							
		2022年1～6月				2022年7～12月			
		上 昇	横 ばい	下 降	B. S. I.	上 昇	横 ばい	下 降	B. S. I.
全 企 業	324	33	55	12	21	31	58	11	20
大 企 業	33	45	49	6	39	42	49	9	33
中 小 企 業	291	31	56	13	18	29	60	11	18
製 造 業	154	36	51	13	23	29	61	10	19
大 企 業	12	58	42	0	58	42	58	0	42
中 小 企 業	142	34	52	14	20	28	61	11	17
非 製 造 業	170	30	58	12	18	32	57	11	21
大 企 業	21	38	52	10	28	43	43	14	29
中 小 企 業	149	29	59	12	17	30	59	11	19

図表3 業種別 B.S.I. の推移



注1) 本調査における中小企業とは、資本金3億円以下または従業員300人以下の企業（ただし卸売業では同1億円以下または同100人以下、小売業では同5,000万円以下または同50人以下、サービス業では同5,000万円以下または同100人以下）であり、それ以外を大企業とした。
注2) 「2022年1～6月」は「2021年7～12月」と、「2022年7～12月」は「2022年1～6月」と比較した見通しである。

調 査 の 要 領

- (1) 調査目的：この調査は、当研究所が1963年より毎年2回実施しているもので、静岡県内企業経営者の自社の業績見通しをもとに、業界景気を調査することを目的にしている。
- (2) 調査対象：静岡県内に本社をおく主要企業。
- (3) 調査方法：各企業に対するアンケート調査。
- (4) 調査内容：①2021年下期（7～12月）に比べた2022年上期（1～6月）、および2022年上期に比べた2022年下期の自社の業績見通し
②2021年下期に比べた2022年上期の売上額、経常利益などの項目別見通し
③現在の企業経営上の問題点および今後重視する経営戦略
- (5) 調査時点：2021年11月中旬
- (6) 回答状況：調査対象企業765社のうち、有効回答をよせられた企業は324社で、有効回答率は42.4%である。

(注) B.S.I. (Business Survey Index) とは、企業経営者の見通しを数字であらわしたものの。前期に比べて上昇とみる…x、横ばいとみる…y、下降とみる…z について、 $x+y+z=100$ とした時、 $B.S.I.=2x+y-100=x-z$ と定義。全員が上昇とみれば B.S.I. は +100、全員が下降とみると B.S.I. は $\Delta 100$ になる。上昇と判断する人が多ければ多いほど +100 に近づき、下降とみる人が多ければ多いほど $\Delta 100$ に近づき、上昇と下降が同数（全員が横ばいとみる場合も含む）の場合、B.S.I. は 0 となる。

項目別見通し

□製造業、非製造業ともに売上額は増加を見込むが、調達コストも上昇

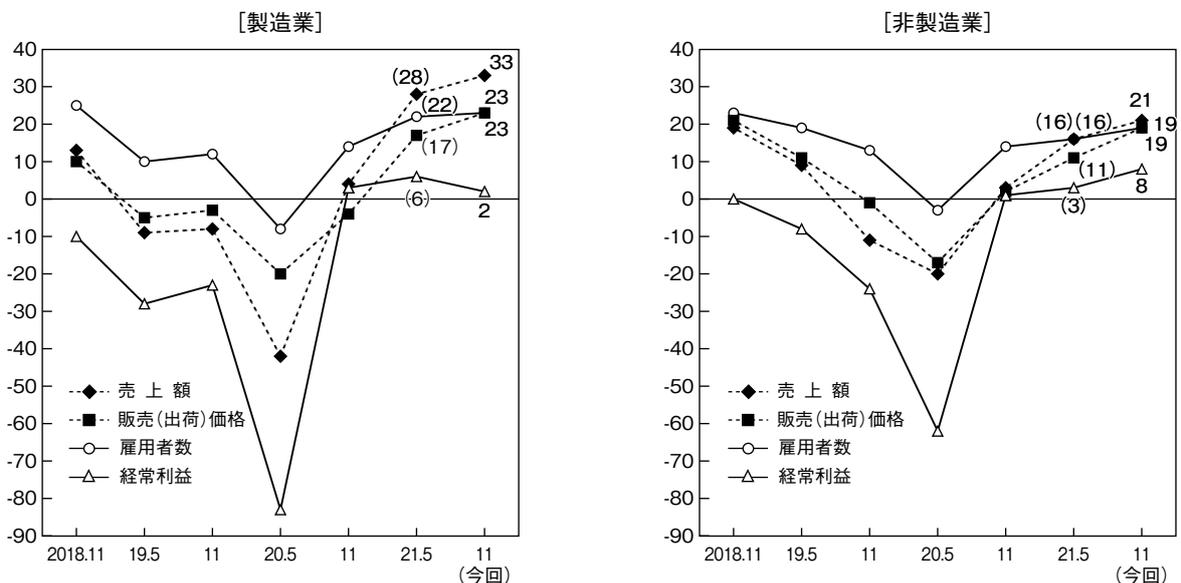
今後の見通しについて項目別に前回調査と比較すると、製造業では、「受注額」(+20→+31)や「販売数量」(+26→+34)が増えることで、「売上額」(+28→+33)の改善が見込まれる(図表4、5)。一方、収益面では、「原材料(仕入)価格」(+59→+77)や「賃金」(+40→+54)の上昇により、コスト面で厳しい状況が続くため、「経常利益」(+6→+2)はわずかな改善にとどまる。

非製造業でも、製造業と同様に「販売数量」(+15→+19)が増加し、「販売(出荷)価格」(+11→+19)も上昇することで、「売上額」(+16→+21)が増加する見通し。収益面では、「原材料(仕入)価格」(+35→+67)や「賃金」(+31→+41)が上昇するものの、売上増加によって「経常利益」(+3→+8)は改善する見込み。

図表4 2022年1～6月の項目別B.S.I.

[製造業]			[非製造業]	
減少・下降	増加・上昇		減少・下降	増加・上昇
19	52	B.S.I 33	23	44
13	36	23	13	32
16	50	34	21	40
19	50	31	21	36
18	48	30	17	32
5	82	77	3	70
1	55	54	1	42
13	26	13	9	15
6	29	23	8	27
12	27	15	14	24
20	15	△5	20	14
31	33	2	24	32

図表5 主要な項目別B.S.I.の推移



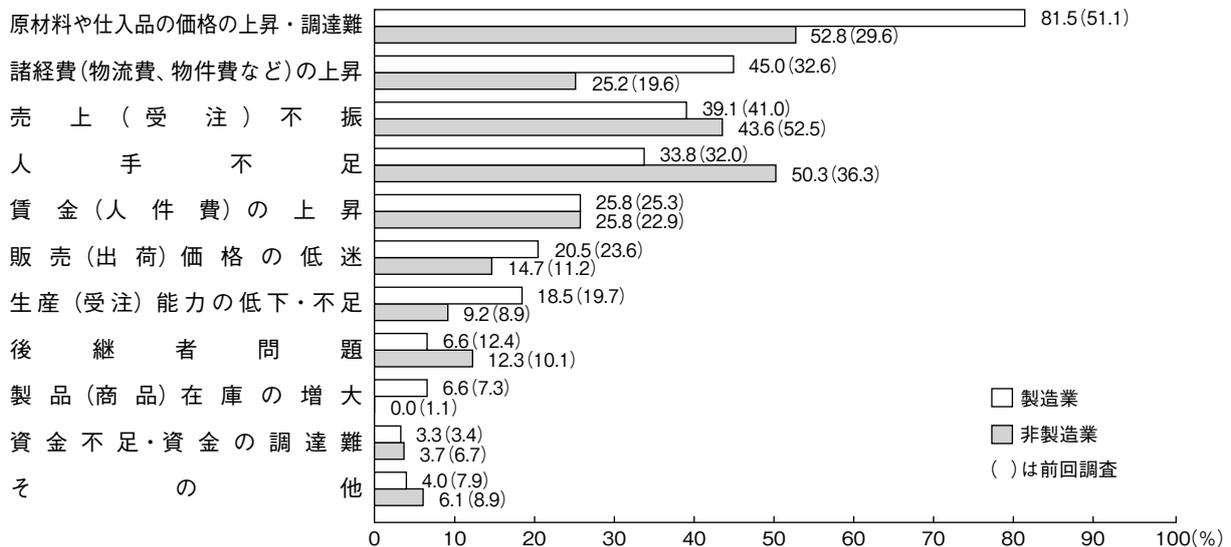
経営上の問題点

□製造業、非製造業ともに「原材料や仕入品の価格の上昇・調達難」が急増

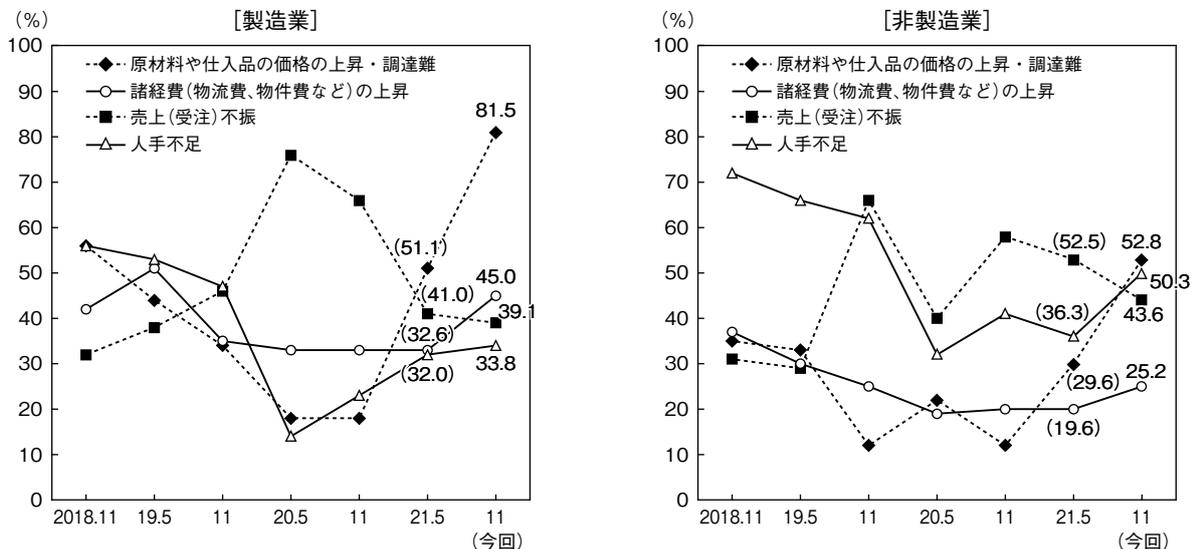
企業経営上の問題点としては、製造業・非製造業ともに「原材料や仕入品の価格の上昇・調達難」が最も多かった（図表6）。前回調査と比べると、製造業では+30.4ポイント、非製造業でも+23.2ポイントと大幅に増加した（図表7）。次いで、製造業では「諸経費（物流費、物件費など）の上昇」が45.0%と多く指摘されており、原油や金属等の原材料、建築資材といった価格の高騰によって、幅広い業種で調達コストの上昇が深刻化した。一部で、海外からの部品調達が困難となるケースもあり、業績回復の足かせとなっている。

非製造業では「人手不足」の回答割合も50.3%と高かった。コロナで雇用を絞っていたことに加え、外国人の出入国を制限されたことで技能実習生の来日が遅れ、人手不足感が強まっている。

図表6 現在の企業経営上の問題点（複数回答）



図表7 主要な企業経営上の問題点の推移



今後重視する経営戦略

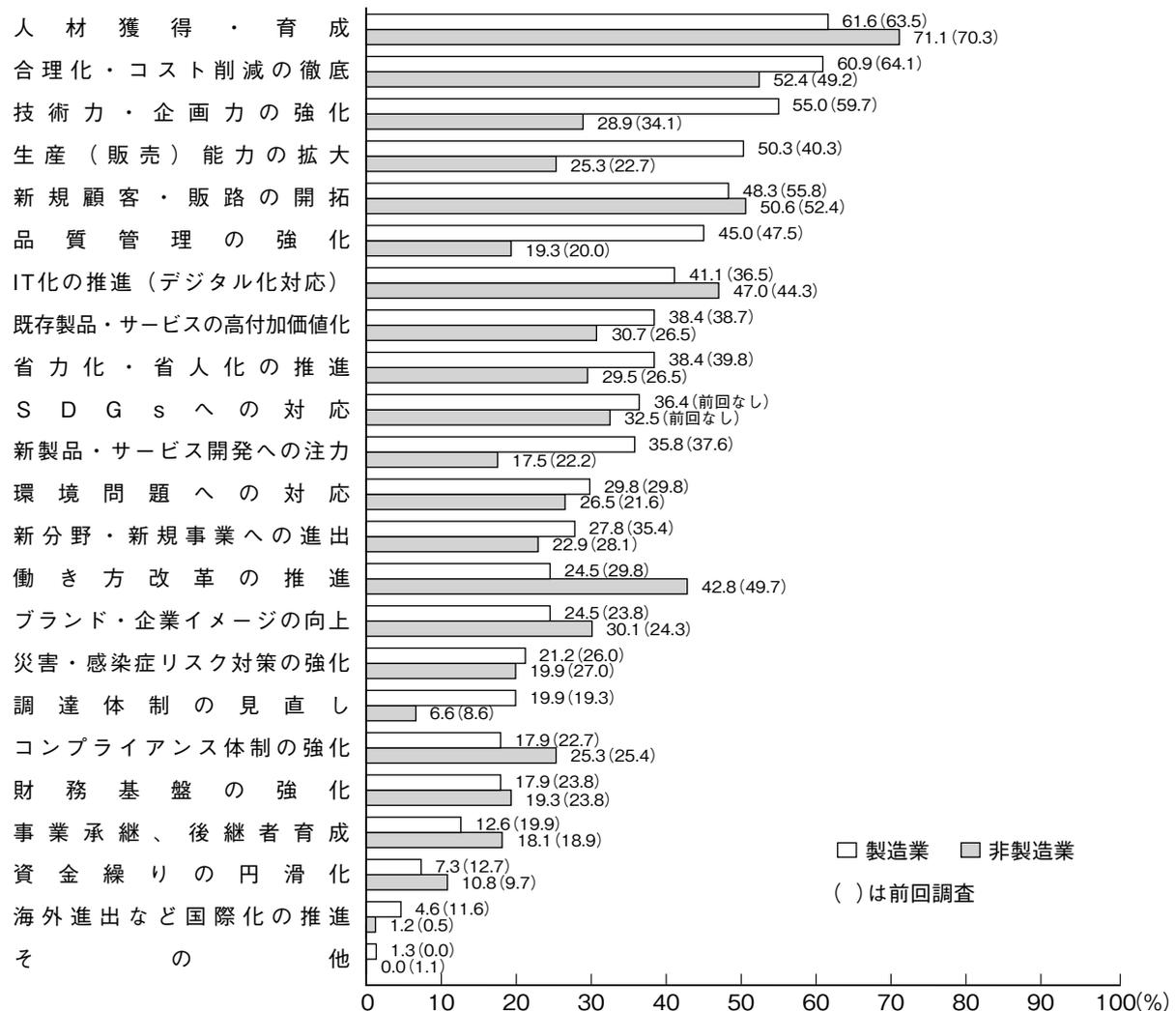
□人材獲得・育成を引き続き重要視

今後重視する経営戦略としては、「人材獲得・育成」が製造業61.6%、非製造業71.1%と最多回答だった（図表8）。

前回調査との比較では、製造業で「生産（販売）能力の拡大」（40.3%→50.3%）や「IT化の推進（デジタル化対応）」（36.5%→41.1%）が、非製造業では、「ブランド・企業イメージの向上」（24.3%→30.1%）や「環境問題への対応」（21.6%→26.5%）の増加が目立つ。

また、最近時、注目度が高まっている「SDGsへの対応」（今回調査より追加）は、製造業で36.4%、非製造業で32.5%と、大企業を中心に3割以上の経営者が今後重視する経営戦略の1つに挙げた。

図表8 今後重視する経営戦略（複数回答）



以上のように、静岡県内企業経営者による2022年上期の景気見通しは、改善判断が続く結果となった。一方で、原材料高を中心としたコスト負担を課題視する経営者は急増しており、収益環境は厳しさを増している。県内経営者には、IT化による生産性向上や業務の効率化などに努め、経営基盤を強化していくことが期待される。（後藤 裕大）

付表 2022年1～6月の業界景気、自社の見通し(B.S.I.)

項目(B.S.I.) 区分	(業 前 回 景 気)	(業 今 回 景 気)	売 上 額	価 販 売 上 荷 格	販 売 数 量	受 注 額	生 産 量	(原 仕 入 材 価 格 料 金)	賃 金	在 製 品 庫 (商 品 数)	雇 用 者 数	設 備 投 資	借 金 融 機 関 入 関	経 常 利 益
	全企業(324)	12	21	27	21	26	23	23	72	47	10	21	13	△6
製造業(154)	14	23	33	23	34	31	30	77	54	13	23	15	△5	2
食料品(19)	32	21	31	22	33	27	27	72	56	16	21	27	5	△17
繊維品(7)	△50	29	57	29	57	28	0	100	29	15	0	△14	0	△15
木材・木製品(13)	△8	0	△15	8	△15	0	△15	46	54	△31	15	15	△23	△23
パルプ・紙・紙加工品(15)	22	0	34	6	34	34	34	73	53	20	27	△7	21	0
化学・ゴム製品(8)	△33	13	25	50	37	25	13	88	50	△25	13	50	△29	△13
窯業・土石製品(4)	△17	△25	△75	0	△33	△50	△50	100	0	△25	△25	△75	0	△75
鉄鋼・非鉄金属(4)	0	25	25	0	25	25	25	50	25	25	25	25	0	0
金属製品(11)	25	27	46	27	46	55	46	82	73	36	9	18	0	9
一般機械器具(24)	42	20	29	34	33	33	33	79	54	△4	25	20	4	0
電気機械器具(7)	33	57	71	43	57	57	57	100	86	29	29	0	15	71
輸送用機械器具(26)	12	42	50	16	52	46	56	73	62	40	34	31	△16	23
その他の製造業(16)	19	25	37	32	25	19	31	88	50	31	38	12	△32	6
非製造業(170)	10	18	21	19	19	15	15	67	41	6	19	10	△6	8
建設業(38)	△14	△5	△18	△3	△17	△11	△12	92	42	△9	24	13	△5	△2
卸売業(31)	8	25	10	36	14	12	5	63	48	3	10	3	△13	△9
小売業(19)	13	26	37	6	27	12	22	56	47	21	15	42	10	5
運輸・倉庫業(24)	34	29	52	35	42	39	50	67	46	29	29	△4	△26	21
ガス業(4)	0	25	50	50	25	33	50	50	50	0	0	0	△25	25
サービス業その他(41)	9	12	26	14	30	28	34	45	29	△3	18	2	0	12
ホテル・旅館業(13)	60	62	69	42	59	62	40	83	31	25	15	23	8	46
規模														
大企業(33)	31	39	43	26	39	21	34	61	33	17	28	31	0	15
中小企業(291)	10	18	25	20	24	24	23	74	49	10	20	11	△7	4
地域														
東部(90)	33	22	26	18	29	22	21	66	49	7	23	9	△5	12
中部(126)	9	21	33	30	31	33	34	68	44	7	15	14	△1	6
西部(108)	0	13	20	13	19	14	15	82	49	15	26	14	△12	△1

※区分の横の()内の数字は回答数