

第 62 回 景気動向アンケート報告

(2022年1月～4月期)

2年ぶりのDI値プラス、維持されず、再び悪化・停滞

全体業況、今期▲7 (前期比▲16ポイント悪化)

来期予測▲15 (今期比▲8ポイント)

売上、収益の悪化が影響、資金繰りは維持

内外諸要因絡み合い、全業種悪化・停滞模様

売上減、仕入れ難から現有事業に、危機感も

資源を販路開拓、新規事業、人材確保に、改革・投資意欲は活性化

鹿児島県中小企業家同友会、政策労務委員会景気動向調査部会は、6月15日、「2022年1-4月期(以下「今期」という)」の鹿児島県内・会員企業に対する景気動向調査の結果をまとめたので、報告致します。

1. 「全体業況」

(1) 新型コロナ禍以後の全体業況の推移

-	1-4月期		5-8月期		9-12月期	
2019年 (新型コロナ前年)	+21	前年同期比	+15	前年同期比	+17	前年同期比
2020年 (同 1年目)	▲20	▲41	▲32	▲47	▲1	▲18
2021年 (同 2年目)	▲2	+18	▲9	+23	前期 +9	+10
2022年 (同 3年目)	今期 ▲7	▲5	来期 ▲15	▲6	-	-

(2) 前回調査 (おさらい)

前期 (2021年9-12月期) の全体業況DI +9は、新型コロナ禍が、我が国経済に負の影響を及ぼす直前の2019年9-12月期以来、2年ぶりの「DI値プラス」、すなわち「良い」との回答企業数が、「悪い」との回答企業数を上回る好結果であった。

しかも、直前の2021年5-8月期実績 (▲9) からプラス18ポイントの「改善」。更に、前回調査時の「来期」=今期についてはプラス6ポイントの+15を予測していた。

(3) 今回調査結果

ところが、一転、今回は、前回調査の2年ぶりのDI値プラスは維持されず、前期+9⇒今期▲7で、前期比▲16ポイントの「悪化」。来期予測は▲15と、小幅ながら引き続き悪化の見通しとなった。内外の複雑・多岐な要因が絡み合った結果とみられる。

(4) 景気回復に対する内外の阻害要因他についての検討会議での議論

- ① 官民一体の努力の成果である前回調査時の昨年終盤の景気の盛り上がりに対して、まず水を差したのが、年末年始から急速に、また全国的に新型コロナが蔓延、わが県でも「まんぼう」が発令されたことがあげられる。しかも、感染者数はピークを過ぎてもなかなか衰えず、本格的な需要喚起までは至っているとは言い難い。
- ② 新型コロナ禍による長びく内需の縮小を打ち破るべく官民の努力がなされる最中、主に円安等に起因するコストプッシュ型の好ましからざるインフレが昂進し、さらに、上海封鎖、ウクライナ・ロシア情勢などに起因するものと見られる流通難、物資不足、燃料・原材料価格の高騰、仕入れ難等々、幾重にも追い打ちがかけられた。
- ③ 他に、公的支援、補助金頼みで、外部環境の変化に左右されないよう企業体質を鍛える努力が不足していたとの自省的な意見、また、今回の景気悪化は、肌感覚として、これまでの新型コロナ禍より深刻であり、長期的に好転が望めないとの観測が出された。そんな中、企業改革取組の好事例（DX等）も紹介された。

2. 「個別指標別」（売上、収益、資金繰り）の推移

-	全体		売上		収益		資金繰り	
	前期DI	前期比	前期DI	前期比	前期DI	前期比	前期DI	前期比
前期DI	+9		+12		+8		+6	
今期DI	▲7	▲16	▲2	▲14	▲3	▲11	+3	▲3
来期DI	▲15	▲8	▲7	▲5	▲13	▲10	+5	+2

前期・今期・来期と3期通して、資金繰りは維持されており、さほど変化はないが、売上、収益面の悪化が目立つ。売上については、仕入れ難や仕入れ価格高騰など好材料はない。また、諸経費が高騰すれば、収益が圧迫されるのは当然といえる。

3. 「業種別」全体業況の推移（下表の「Z比」は「前期比」を表す）

-	全体		製造業		建設業		卸売業		小売業		サービス			
	前期DI	Z比	前期DI	Z比	前期DI	Z比	前期DI	Z比	前期DI	Z比	対事業所	Z比	対個人	Z比
前期DI	+9		+8		+8		±0		▲33		+29		±0	
今期DI	▲7	▲16	+6	▲2	±0	▲8	▲33	▲33	▲30	+3	+6	▲23	▲17	▲17
来期DI	▲15	▲8	▲6	▲12	▲5	▲5	▲44	▲11	▲40	▲10	▲6	▲12	▲26	▲9

プラスの業種が多い前期と、殆ど全て業種がマイナスとなった今期・来期の差が歴然としている。従来、景気を支えてきた建設業、対事業所サービス業なども軒並みマイナスとなり、「救世主」となるような業種がないのが今回調査結果の特徴である。

概 要

○経営上の問題点

別添資料の通り。

TOP3 は、1位「仕入れ価格の上昇」、2位「売上の減少」、3位は「従業員の不足」の順。今回1位の「仕入れ価格の上昇」は、前回の13.9%から25%へ倍増近い伸び。2位の「売上の減少」は、58回25.3%→59回23.3%→60回19.4%→前回13.3%と着実に減少していたが、今回18.6%に反転、再び経営課題としてのウエイトを増した。前回1位の「従業員の不足」は、1位、2位の伸長により3位と順位を下げた。

○経営上の力点

別添資料の通り。

TOP3 は、1位「付加価値の増大」、2位「新規受注（顧客）の確保」、3位「新規事業の展開」。以下「人材確保」「社員教育」の順。前設問「経営上の問題点」の上位課題に対して、仮に「守り」の経営姿勢で対応するとすれば、例えば「人件費削減以外の経費削減」「人件費削減」「財務体質の強化」なども伸びそうなものだが、これらの課題は目立った増加傾向はなく、力点として上位となったのは、従来と変わりなく上記TOP3に見られるように、主に「攻め」の姿勢を具現化したものであった。おそらく、「資金繰り」面が悪くない点が、守勢ではなく、攻勢の背景にあると思われるが、今後この状況に変化が現れるか、注視していきたい。

○「物価上昇の経営への影響の有無・程度」について

別添資料の通り。

「かなり影響」が19.1%、「影響あり」が33.0%、「影響が出つつある」が26.1%、「影響なし」は21.7%で、8割近い企業が、「影響あり」としている。

○「物価上昇の経営への影響の具体的内容」について

別添資料の通り。

上位のうち、1位「仕入れ価格の上昇」、2位「売上の減少」は、別設問「経営上の問題点」の上位と全く同じである。3位「経費の増大」、4位「顧客の減少」、5位「商品の確保」、6位「価格転嫁ができない」などは、全体業況の「売上」及び「収益」指標の悪化と対応している。

これに対して、下位のうち「キャッシュフローの減少」(2.1%)、「賃金の確保・支払い」(0.0%)という結果は、全体業況の「資金繰り」指標に変化がない（悪化していない）ことと整合している。

悪くない「資金繰り」状況を受けて、今夏の賞与は、どうなるのであろうか？

諸物価が高騰している中、賃金・賞与を抑制することは、一般的には消費需要を削ぎ景気に良い影響は与えないであろう。ただ、個別企業の生き残りにとって、何が正しい選択か、難しい経営判断となる。昨冬の賞与では、景気回復基調にも関わらず、中小企業家の判断は、新型コロナ禍以前の賞与水準に戻すことに慎重であった。今夏の賞与は、既存人材の維持確保もからんで、昨冬にもまして中小企業家にとって悩ましい問題となる。

○「インフレ加速という変化への対応策」について

別添資料の通り。

別設問「経営上の力点」でも、経営姿勢として「守り」よりも「攻め」の選択肢を採用する中小企業家が、多くを占めたが、本設問への回答の多くも、同じ「攻め」の思いを具体的に積極的に記述して頂いた印象である。

ただ、本設問自体が、「ピンチ（変化）はチャンス」と「攻め」の記述を求めた面もある。政策当局も（一般国民向けではあるが）「貯蓄」より「投資」をと価値観の転換をあらためて求めている。流れには、乗るのが基本であるが、回答は、各々自社の状況に合わせ多岐にわたり、総体としてバランスの取れたものとなっている。

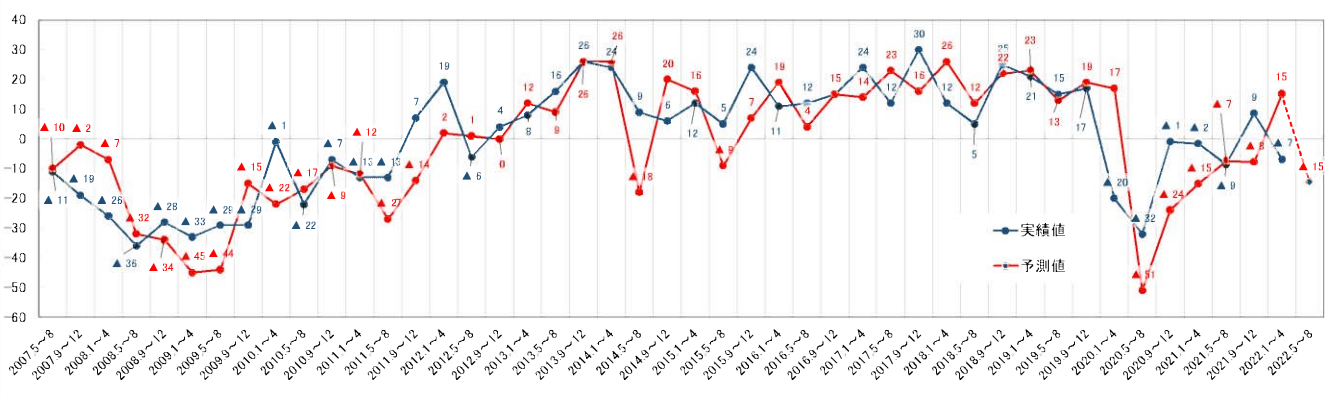
1. 対象企業 鹿児島県中小企業家同友会会員企業（438社）
2. 対象期間 2022年1月～4月期実績、2022年5月～8月見通し
3. 調査方法 WEB、FAX
4. 回答企業数 117社より回答を得た（回答率26.7%）

※回答企業数100社以上は、第53回調査以降10回連続です。

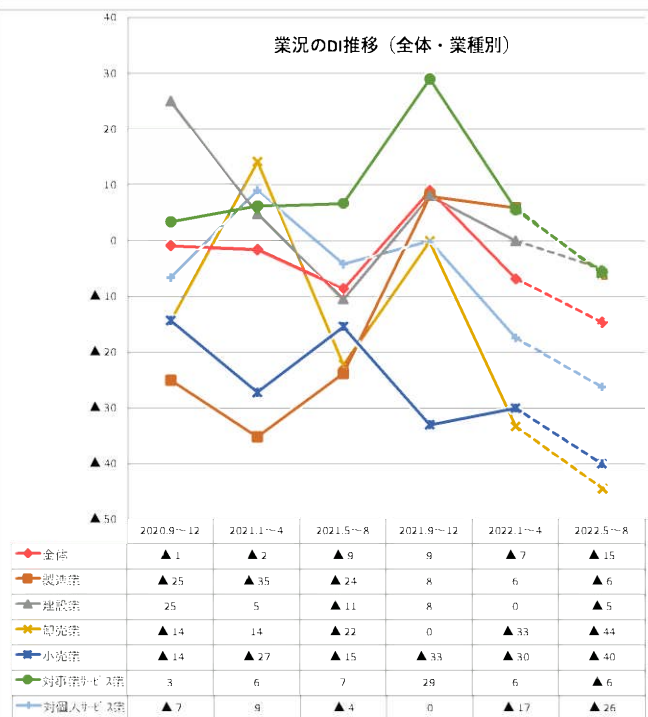
ご協力を頂いた会員の皆様に感謝いたしますとともに、次回以降もご協力お願い致します。

（なお、今回検討会議も、密を避けるため、Zoomによる「リモート会議」形式で実施した）

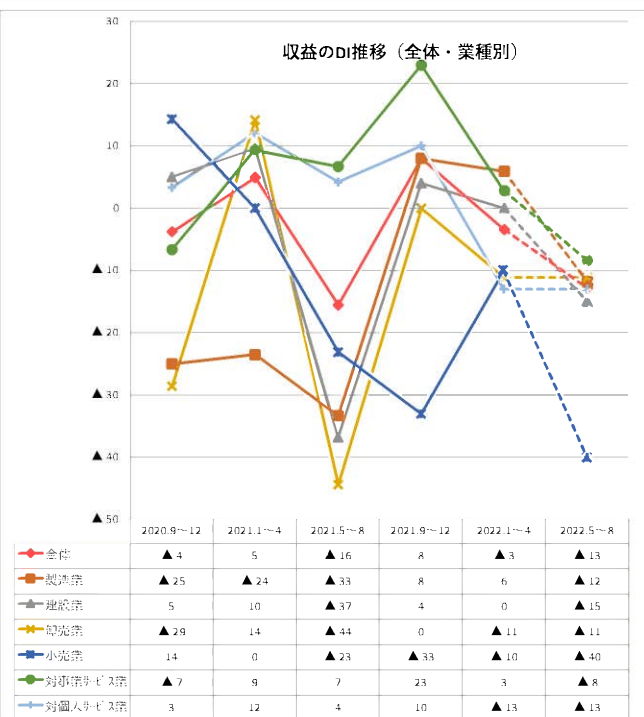
全体業況DI値グラフ(実績値と予測値)



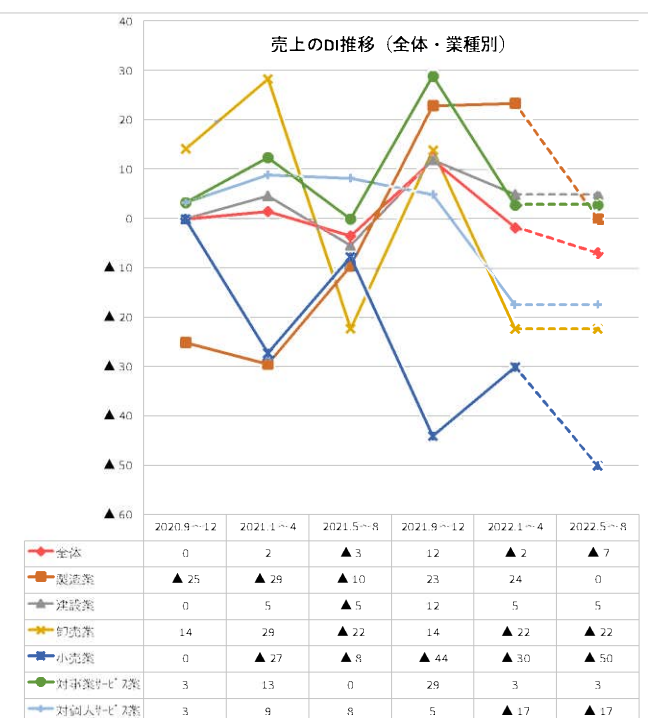
業況のDI推移(全体・業種別)



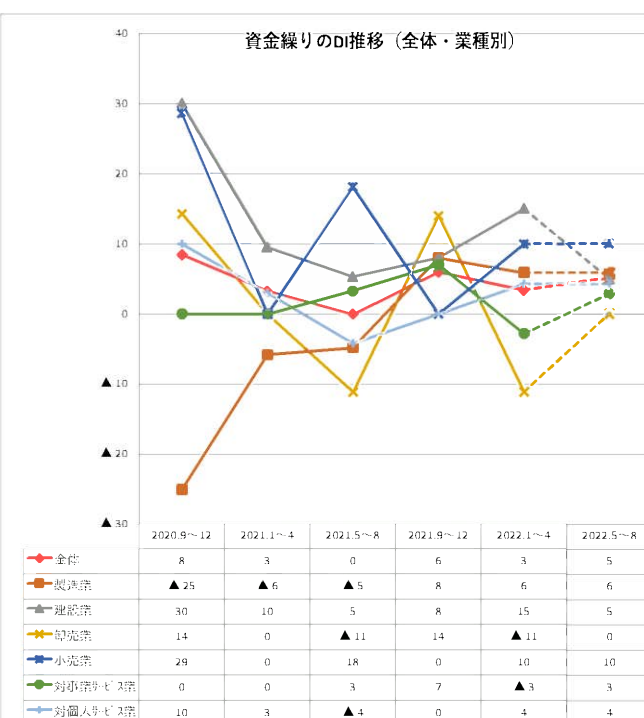
収益のDI推移(全体・業種別)



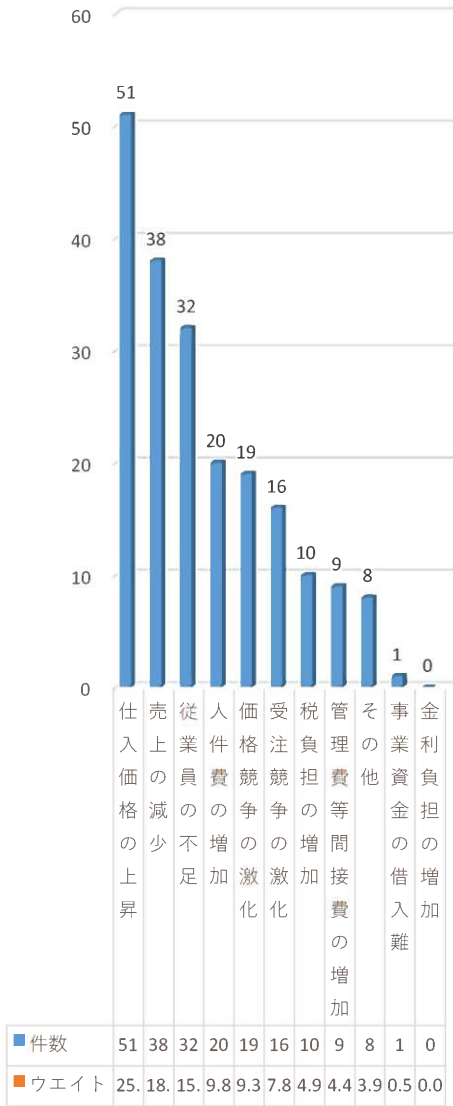
売上のDI推移(全体・業種別)



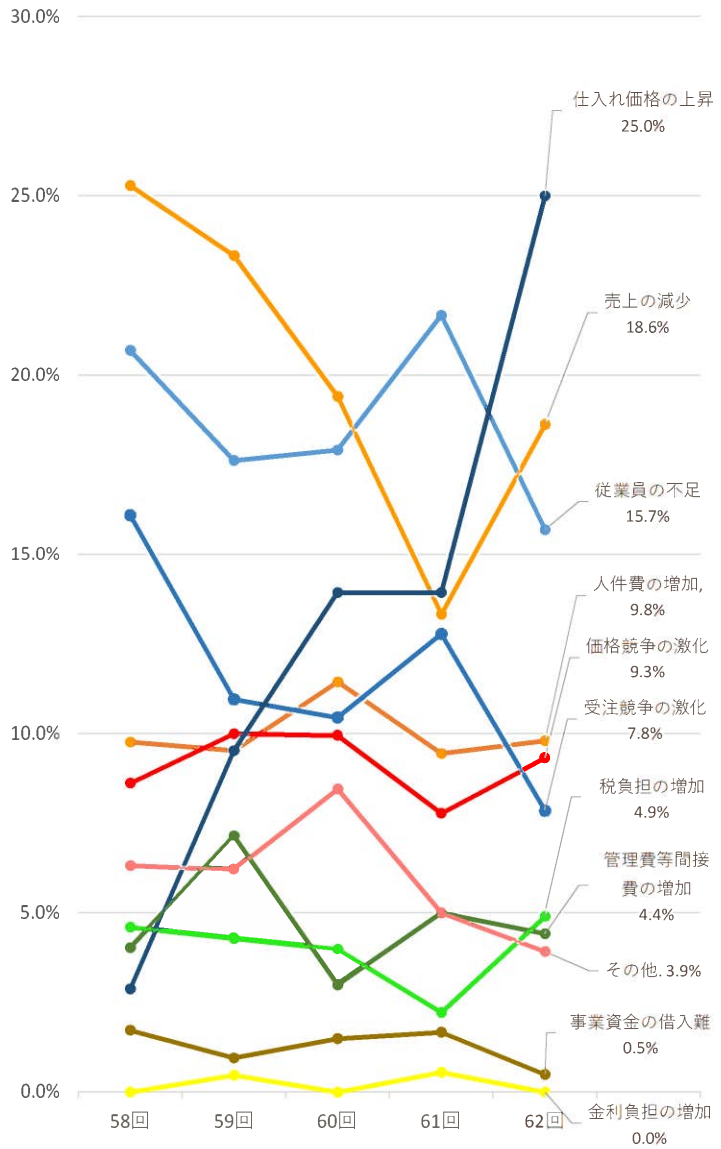
資金繰りのDI推移(全体・業種別)



経営上の問題点（景気動向調査第62回）



経営上の問題点推移（景気動向調査第58回～62回）



件数 ウェイト

問題点	件数	ウェイト
仕入価格の上昇	51	25.0%
売上の減少	38	18.6%
従業員の不足	32	15.7%
人件費の増加	20	9.8%
価格競争の激化	19	9.3%
受注競争の激化	16	7.8%
税負担の増加	10	4.9%
管理費等間接費の増加	9	4.4%
その他	8	3.9%
事業資金の借入難	1	0.5%
金利負担の増加	0	0.0%

204

	58回	59回	60回	61回	62回
従業員の不足	20.7%	17.6%	17.9%	21.7%	15.7%
人件費の増加	9.8%	9.5%	11.4%	9.4%	9.8%
価格競争の激化	8.6%	10.0%	10.0%	7.8%	9.3%
売上の減少	25.3%	23.3%	19.4%	13.3%	18.6%
受注競争の激化	16.1%	11.0%	10.4%	12.8%	7.8%
仕入れ価格の上昇	2.9%	9.5%	13.9%	13.9%	25.0%
管理費等間接費の増加	4.0%	7.1%	3.0%	5.0%	4.4%
税負担の増加	4.6%	4.3%	4.0%	2.2%	4.9%
その他	6.3%	6.2%	8.5%	5.0%	3.9%
事業資金の借入難	1.7%	1.0%	1.5%	1.7%	0.5%
金利負担の増加	0.0%	0.5%	0.0%	0.6%	0.0%

その他

お客様のニーズの多様化

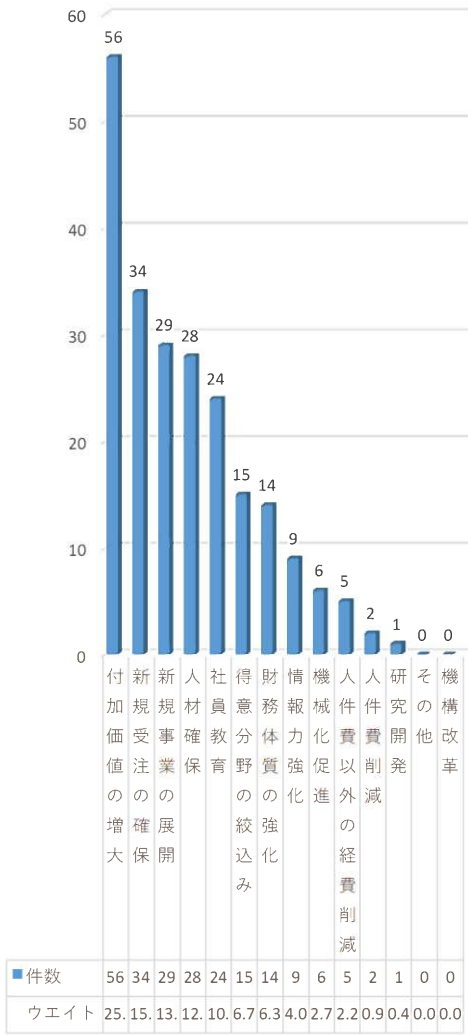
コロナ

受注先、経営悪化による影響

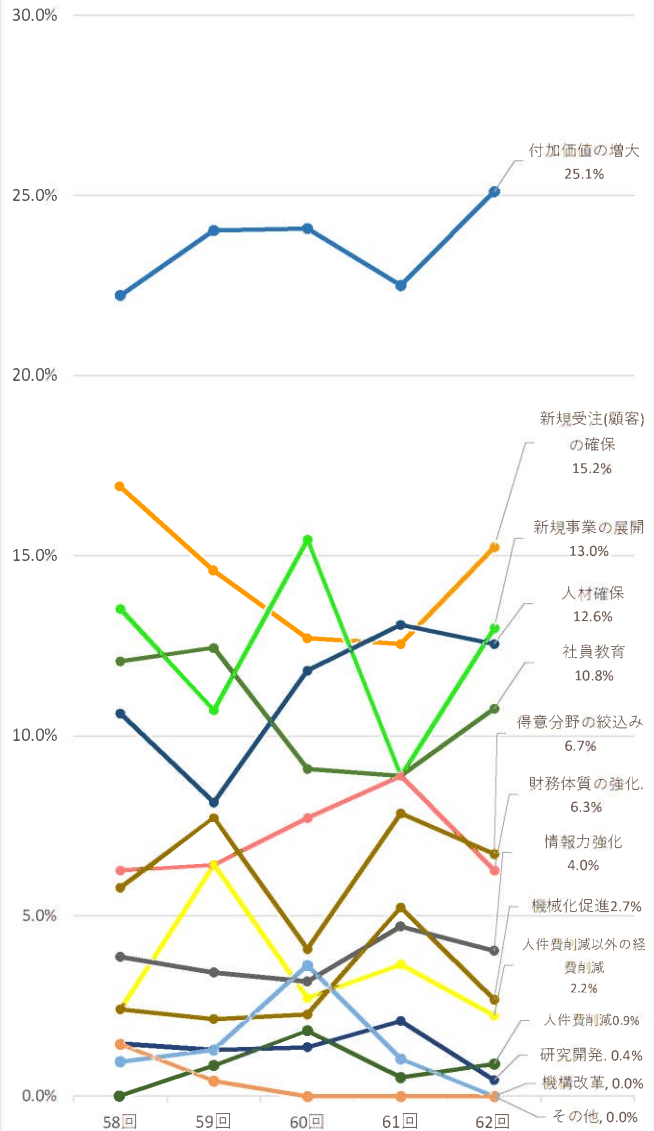
社員共育

コロナ影響により予約調整など予測がつかない。予約が集中する。

経営上の力点（景気動向調査第62回）



経営上の力点推移（景気動向調査第58回～62回）



	件数	ウェイト
付加価値の増大	56	25.1%
新規受注の確保	34	15.2%
新規事業の展開	29	13.0%
人材確保	28	12.6%
社員教育	24	10.8%
得意分野の絞込み	15	6.7%
財務体質の強化	14	6.3%
情報力強化	9	4.0%
機械化促進	6	2.7%
人件費以外の経費削減	5	2.2%
人件費削減	2	0.9%
研究開発	1	0.4%
その他	0	0.0%
機構改革	0	0.0%

	58回	59回	60回	61回	62回
新規受注(顧客)の確保	16.9%	14.6%	12.7%	12.6%	15.2%
付加価値の増大	22.2%	24.0%	24.1%	22.5%	25.1%
人材確保	10.6%	8.2%	11.8%	13.1%	12.6%
社員教育	12.1%	12.4%	9.1%	8.9%	10.8%
新規事業の展開	13.5%	10.7%	15.5%	8.9%	13.0%
財務体質の強化	6.3%	6.4%	7.7%	8.9%	6.3%
得意分野の絞込み	5.8%	7.7%	4.1%	7.9%	6.7%
人件費削減以外の経費削減	2.4%	6.4%	2.7%	3.7%	2.2%
情報力強化	3.9%	3.4%	3.2%	4.7%	4.0%
機械化促進	2.4%	2.1%	2.3%	5.2%	2.7%
人件費削減	0.0%	0.9%	1.8%	0.5%	0.9%
研究開発	1.4%	1.3%	1.4%	2.1%	0.4%
機構改革	1.4%	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	1.0%	1.3%	3.6%	1.0%	0.0%

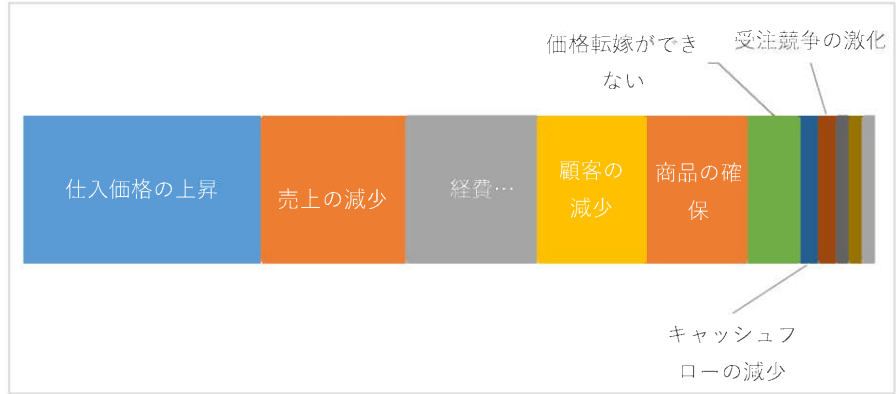
新型コロナウイルス・ウクライナ情勢・円安などにより、物価が上昇していますが経営に影響が出ていますか。

	回答数	割合
かなり影響が出ている	22	19.1%
影響が出ている	38	33.0%
影響が出つつある	30	26.1%
影響はない	25	21.7%
	115	100.0%



どのような影響が出ていますか。(複数回答可)

仕入価格の上昇	54	27.8%
売上の減少	33	17.0%
経費の増大	30	15.5%
顧客の減少	25	12.9%
商品の確保	23	11.9%
価格転嫁ができない	12	6.2%
キャッシュフローの減少	4	2.1%
受注競争の激化	4	2.1%
設備投資	3	1.5%
電力・ガスの確保	3	1.5%
その他	3	1.5%
賃金の確保・支払い	0	0.0%
	194	100.0%



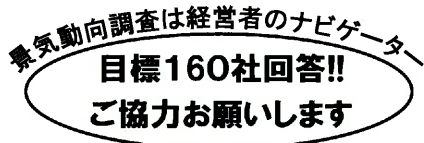
その他

- ・コロナによる市・県発注工事の減少
- ・納期遅延
- ・価格高騰によりプロジェクトが進まない、または取りやめになる

今後、インフレがさらに加速すると思われませんが、「ピンチ(変化)はチャンス」という言葉もあります。

この変化を自社でどのように捉え、どのように対応しようと思いませんか。

- 人の入れ替わりにより売上が減少している状況です。社員教育(経営者が先頭に立つ)に力を入れ、新しい時代に対応していきたいです。
- 新しい事業と既存事業の組み合わせによる新しいニーズを掘り起こしたい。
- 共育をしっかりしてお客様に喜んで頂ける空間創りに努めます。
- 経費節約、価格交渉。
- 現在の混沌とした時勢を受け、顧客の不安の解消につながるような商材を準備していきたい。
- 過去のやり方や価値観に固執しない事。変えるものと変えないもののバランスを取ること。
- 戦略見直しの機会と捉え、戦略の強化、営業力の強化をしようと思う。
- 条件においては他社や他業種も何らかの影響を少なからずとも受けると思うので、サービス面など自社の特性をいかし顧客獲得していきたい。
- DXも考慮し付加価値を加えた新たなカリキュラムで対応しようと考えています。
- 仕入れの高騰が予測され、安い海外産から国内産への切替で大変するしかないと考えます
- 新規事業を検討してます。
- 目の前のお客様が喜んで頂けるよう全力を尽くすのみです!!
- とにかくコロナの終息を願います。それとウィズコロナの人材確保に努めていきたいと思います。
- 状況に対して速応できる体制をつくっておくこと
- 現在の取引先の縮小にちなんで新たな取引先の確保(新規配送業)事業部展開。有限会社から株式会社へ変更。名称と会社の約款も変更を計画中。ピンチはチャンスです!!です。
- 安定した供給先 仕入先を確保するとともに、付加価値をつけたサービスを増やし売上を伸ばす。
- お客様、仕入れ先とのコミュニケーションを密に取り、情報収集をし、お客様の要望、仕入れ先含め市場の状況等、踏まえて、状況の変化に対応出来るようにしていきたいと思います。
- 経費最小、売上最大を目指しますが、まず販管費の見直しを更に行い、長期戦に備えたいと思います。
- 売上向上はもちろんですが、個人事業者らしく、お客様に寄り添う姿勢を大事にしていきたい。
- 新規事業を着手します。
- 顧客様を裏切らない。感謝の気持ちを忘れない。
- 仕入価格と売上価格の再度見直し。インフレに左右されない自社の弱み、強みを確認したい。
- DX化への移行。自動販売機、通信販売などの参入で人件費を削減。
- 変化はチャンスですが、変化から5年先の予測ができません。小規模企業(特に経営者の年齢が70歳以上の企業の廃業が5年間で目立つほど増加すると思います。インターネット社会の流れについていけない。事業を続けても後継者に引き継げる会社でない。資金がある内に廃業して、余裕のある人生を送りたい。)
- 視野を広げ、新規事業開拓の強化を行いたい。
- 固定費の削減、生産性の向上、人材確保を重点的に行っていく
- 増益した後、社員の給料を上げたい
- AI促進の投資
- 創業15年となったが、20年の節目に向け経営体質の改善、営業姿勢の他細部を見直し、環境変化に強い経営を目指し努力したい。
- 統合、再編が加速のなか、どの立場を選択するのか。中小企業は選択の幅が狭く、判断は容易でない。対応しない対応もある。
- より良いサービスの提供。スキルの高い業務提供
- とにかく経費を抑え、通販等販路の拡大、顧客の増加を目指す
- 株式投資、不動産投資
- 電気が上がるので電気の自給自足の為に太陽光等の再生可能エネルギーと蓄電池を提案していく。
- 代替品でのシェアをいち早く獲得する。
- 元請だけでなく、すそのを広げた下請けも行い、営業活動に活かすこと
- 全職員の現状の共有
- 顧客のニーズを超えた提案(顧客自身も気づいていないベネフィット)を積極的に行っていきたい。幸い、自業種は装置型産業ではないので身軽に舵を切りやすい。
- チャンスでもあるとは思いますが、自分も変わらなければ置いて行かれるような焦りもあります。
- 価格体系の見直しと、ビジネスモデルの再構築
- コンサル業のため、世の中の変化は需要の増加につながる。生産性向上の支援を進めていく。
- 人件費上昇により、長年据え置いていた人件費(請負)をクライアントに対してアップする必要があると思っています。その他の経費が上昇することを想定して早めに取り組みます。
- コスト・経費の見直し、新商品開発、IT・IoT・DX取組など
- 仕入れ価格の上昇に便乗するわけではないが、同時に労務費を上げ、受注価格に転嫁することで職方の収入を増やし、物価の上昇に対応したい。
- SNSを駆使し、商品情報、イベント情報等をお知らせする。ラインの顧客を増やし当社の魅力を伝える努力をする。
- 断る勇気と価格転嫁の実施をして顧客の絞り込みに専念する
- 今月から始まった新規事業で少しずつ収益を上げていきたい
- 社会情勢の変化に、いかようにも対応できる力をつける。
- 半導体業界は忙しそうなので、営業活動をする。
- インフレによる金利上昇の懸念など、経営基盤の強化と選択集中が必要だと考える。今後の中長期計画の見直し。
- 人材育成、組織強化と事業展開のスピードを上げる
- 人材確保、新規事業への投資をしていく
- 原価の上昇を売り上げに転嫁できるように努力する
- 新サービスによる新しい付加価値の提供に挑戦する。
- 経営の意思決定促進を支援するように他社の経営者と関わり受注機会を創る



第 62 回

景気動向調査アンケート

(今期は 2022 年 1 月～4 月です)
締め切り 4 月 25 日 (月)



☆ この調査は全会員の皆様に送っております。分析結果は全会員に公開いたします。
☆ 個々の調査データ内容は一切公表せず、集計担当者と事務局で保管いたします。(政策委員会)

以下 URL、または右 QR コードのリンク先よりご回答をお願いいたします。

回答 URL

<https://form.kintoneapp.com/public/form/show/787b5b14b2c661362b9a1c88cbabc257b9bda98b01c6f7290e86790fadc994e4>

※FAX (099-259-4838) で回答される方は以下用紙をご使用ください。

氏名		企業名	
(1) あなたの会社の状況についてお答えください。 (該当するものに○印をつけてください)		業種	1. 製造業 2. 建設業 3. 卸売業 4. 小売業 5. サービス業 (a:対事業所向け b:対個人向け) 6. 農水産業 事業内容 ()
(今期) 2022 年 1～4 月の実績		(来期) 2022 年 5～8 月の見通し	
1. 業況	良い 変わらず 悪い	良い 変わらず 悪い	
今期の業況について、前期 (2021 年 9～12 月) と比較してお聞かせ下さい。			
①好転 ②横ばい ③悪化			
2. 売上	良い 変わらず 悪い	良い 変わらず 悪い	
3. 収益	良い 変わらず 悪い	良い 変わらず 悪い	
4. 資金繰り	良い 変わらず 悪い	良い 変わらず 悪い	
(2) 経営上の問題点 (上位 2 つまで選び、番号に○をつけてください)			
1. 価格競争の激化 2. 受注競争の激化 3. 売上の減少 4. 事業資金の借入難 5. 仕入価格の上昇 6. 人件費の増加 7. 管理費等間接費の増加 8. 金利負担の増加 9. 従業員の不足 10. 税負担の増加 11. その他 ()			
(3) 経営上の力点はどこに置かれていますか (下記の上位 2 つまで選び番号に○をつけてください)			
1. 付加価値の増大 2. 新規受注(顧客)の確保 3. 新規事業の展開 4. 得意分野の絞込み 5. 人件費削減 6. 人件費以外の経費節減 7. 財務体質の強化 8. 機械化促進 9. 情報力強化 10. 人材確保 11. 社員教育 12. 研究開発 13. 機構改革 14. その他 ()			
(4) 新型コロナウイルス・ウクライナ情勢・円安などにより、物価が上昇していますが経営に影響が出ていますか。			
1. かなり影響が出ている 2. 影響が出ている 3. 影響が出つつある 4. 影響はない			
(5) 前設問 (4) で 1～3 を回答された方に質問です。どのような影響が出ていますか。(複数回答可)			
1. 仕入価格の上昇 2. 商品の確保 3. 価格転嫁ができない 4. 売上の減少 5. 顧客の減少 6. キャッシュフローの減少 7. 経費の増大 8. 受注競争の激化 9. 設備投資 10. 賃金の確保・支払い 11. 電力・ガスの確保 12. その他 ()			
(6) 今後、インフレがさらに加速すると思われませんが、「ピンチ (変化) はチャンス」という言葉もあります。この変化を自社でどのように捉え、どのように対応しようと思いませんか。			
[]			

ご協力ありがとうございました。