

付帯調査（自由意見）

（令和5年3月調査）

景況調査票の自由意見欄に231企業から貴重なご意見をいただきました。ご多用中にもかかわらずご記入をいただき感謝申し上げます。

図表1 最近の状況や関心事

分類項目	回答数※
1. 経済・景気動向	92
2. 業界の動向	54
3. 顧客・得意先	49
4. 為替	24
5. 金融・資金繰り	27
6. 売上・収益	79
7. 物価変動	69
8. 消費税	32
9. 人材の確保・育成	49
10. その他	16

※複数回答

特徴的なご意見を以下に掲載いたします。なお、掲載にあたり若干の加筆・修正を加えています。

1. 経済・景気動向について

- 新型コロナウイルス感染症の影響による得意先の廃業、仕事減少、材料費高騰、八方塞がり状態。景気上昇のみが頼り。（印刷製造業）
- 2019年、2018年と比べるとまだひどい状態。先行きは全くわからない。（金属被覆・熱処理製造業）
- インバウンドの手ごたえを感じてきた。この調子で新型コロナウイルス感染症の流行前に早く戻って欲しい。（パン・菓子製造業）
- ウクライナ情勢の問題により、為替、原油、石炭等のエネルギーの価格変動で先行きが読みにくい。（セメント・板ガラス卸売業）

- 新型コロナウイルス感染症の影響が緩和され、人の動きが出はじめて年度末と重なり消費が上向き。（茶・のり・乾物小売業）

2. 業界の動向について

- 半導体関連の製造・検査装置の動向は昨年後半からやや停滞期に入り、今年前半まではそのままの状況。後半から徐々に上向きと予測。ただし、パワーデバイス系は好調と思われる。（計量・測定・分析器製造業）
- 資材の高騰は50%に達し、出版の将来は極めて危うい。電子版も売れ行きが遅々としている。（出版業）
- 新型コロナウイルス感染症がようやく一段落してきたが、各企業は設備投資や人件費に予算を投入するので広告業界はずっと冬の時代である。（広告・ディスプレイ業）
- 新型コロナウイルス感染症による規制緩和後、個人での留学意識が高まりつつある。物価高にもかかわらず、社会人の学び直しの語学留学が盛況である。（旅行業）

3. 顧客・得意先について

- 取引先からの値上げが頻繁に行われ、当社も売値を上げざるを得ない状況が続いている。（かばん・袋物製造業）
- 取引先の景況悪化、倒産の話をよく聞く。また販売コストは競争が厳しい。価値のある事業展開をしないと益々厳しい状況になる。（家具・建具卸売業）
- 物価高騰、先の見通しの悪さなどマイナスの面ばかり。経済的な理由で辞めざるを得ない等、会員数は減少の一途。（スポーツ施設提供業）

4. 為替について

- 海外展開企業のように為替差益を受けられる企業はともかく、特に製造業における国内向け販売のみの企業は原材料の高騰によるダメージが大きい。値上げ折衝もスムーズではなく、このような中小企業はさらに厳しさを増す。（窯業・土石製品製造業）
- 輸入品を加工して製造販売しているため、為替相場の影響を受ける。1ドル115円位が理想である。（がん具・事務用品製造業）
- 為替の動向に大きく左右される商売のため、為替の変動に影響されない収益確保が課題となっている。（靴・履物小売業）

- ドル高円安傾向が続いており、輸入割合の高い当社としては見通しが立て難い。
(スポーツ用品小売業)

5. 金融・資金繰りについて

- 新型コロナウイルス感染症の罹患者数も減ってきて景気の急上昇を期待しているが一向に上向かない。ゼロゼロ融資の返済が始まる時期が来るのにどうなるかと心配。
(なめし革・革製材料製造業)
- 最近銀行の融資審査が厳しくなってきた、資金繰りが苦しい。(がん具・事務用品製造業)
- 長引くロシア・ウクライナの戦争、仕入先の値上げ、為替と問題が多く、売上、利益の増加が難しい状況で資金繰りがなかなか思うようにいかない。(靴・履物小売業)

6. 売上・収益について

- 原材料価格が軒並み上昇しているため利益率が低迷している。(繊維工業製造業)
- 材料価格は変わらないが、諸費用の増加分が価格に転嫁できない。(がん具・事務用品製造業)
- 新型コロナウイルス感染症の影響がまだ続いていて経営が苦しい。売上減少が続いている。
(紙・紙製品卸売業)
- 光熱費の高騰、仕入価格の上昇が続く、顧客の買い控えも顕著になり、非常に厳しい経営状況になっている。
(各種食料品小売業)
- 諸々の価格が上昇・値上がりする中、売上は減少しており、先行きの見通しが立たない。
(家電・電気機器小売業)
- 昨今の物価上昇にともない、消費者の購買意欲が低下。主力である園芸関連商品の節約が見受けられ、売上減。
(花・植木小売業)
- 売上は多少上がってきてはいるが、原材料と光熱費の高騰により厳しい状況が続いている。更に新型コロナウイルス感染症の流行以降、ドリンクよりもフードの注文の割合が増え、粗利がどんどん下がっている。メニューの単価を上げると客足に影響が出るため、我慢せざるを得ない。
(酒場・ビアホール)

7. 物価変動について

- 電気代が3割高騰しているのに驚き。染屋のため染料等いろいろ値上がりしているのでそろそろ染価を上げて良いのではと思っている。
(繊維工業製造業)

- 光熱費の高騰により、売り上げても利益が出ない状況。価格転嫁は少しずつお願いしているものの追い付かない。
(金属被覆・熱処理製造業)
- 相変わらず電気料金の上昇は続いている。値上げの対応に苦慮している。その他材料費等も値上げ方向になっている。
(事務・サービス機器製造業)
- 物価上昇の影響が大きい。仕入価格上昇を販売価格へ転嫁するのが難しい。理解を得るのに時間がかかりそう。
(その他化学製品卸売業)
- 課題はどの程度商品の価格を上げるか。物価の上昇はまだ続くと思うが、順当に上乘せしてお客様が離れても困る。
(米穀類小売業)
- 食材価格がどんどん上昇しているので困っている。
(料理品小売業)
- ウクライナ戦争の影響で物価上昇による消費者の購買意欲の減退が心配。
(映像・音声制作業)
- 建設資材が高騰し、入札物件が不調になるケースが多い。
(建築設計業)
- 仕入価格が不安定なため、見積提出に困っている。過去のデータがあてにならない。有効期限等を記載しているが、見積できない旨を伝えることもある。(機械設計業)

8. 消費税について

- 10月開始予定のインボイス制度について準備中であるが、専門家も始まってみないと分からない部分が多いようで、うまくいくのか不安である。
(鉄鋼・非鉄金属製造業)
- インボイスが心配。分からないことが多い。番号は一応取得した。(ゴム製品製造業)
- インボイスについて制度の見通しがはっきりせず、非常に困っている。非課税の事業者との取引が多く、長年のつきあいがあるため、課税事業者になってほしいとは強く言えず、消費税の支払いが今後困難になりそうな見込みである。
(情報処理サービス業)

9. 人材の確保・育成について

- 実習生、特定技能外国人の状況は元に戻ったが、日本人の確保は相変わらず困難。
(鉄鋼・非鉄金属製造業)
- 人員補充しようとしているが、応募がなく人手不足となっている。受注量を制限せざるを得なくなる可能性も出てくる。中小企業においても賃金の引上げが必要となってきたのかもしれない。
(電気計測器製造業)

- 中小企業にとって採用から育成までのコスト負担が大きい。
(セメント・板ガラス卸売業)
- ハローワーク等申し込んであるが反応がない。
(管工機材卸売業)
- 採用が難しくなっている。IT等の他業種との比較で賃金が低いようにみられ、思うように応募がない。採用後の教育も難しい。
(駐車場業)
- 今後の受注予定はこれまでに比べ大幅に増加傾向にあるが、人材の確保が非常に厳しい状況である。募集内容を見直して求人を出しても応募が無く、この先を考えると不安である。
(建築設計業)
- 物価高、大企業による賃上げ、少子化等の影響で中小企業にとってはこの先も人材の確保が容易でない未来が予想される。事業の継続のためにDXによる業務効率の向上を図り、人材育成に取り組むことが課題である。
(その他専門サービス業)
- 物価の高騰による仕入単価の上昇により、賃金アップが難しい状況だが、世間では賃上げラッシュとの報道が沢山されており、今後どうやって人材を確保していくか、悩ましい。
(広告・ディスプレイ業)
- 人手不足により、社員の残業が増えている。
(計量・非破壊検査業)
- 退社が増える一方で入社が減っている。仕事はあっても、在籍者が足りなくて受けることができず売上高が減少していく悪循環にはまったようだ。
(労働者派遣業)
- 急激に仕事が回復してきたので人手が足りなくなっている。取引先のバス会社も宿泊施設も人員不足で対応しきれていない。
(旅行業)

10. その他

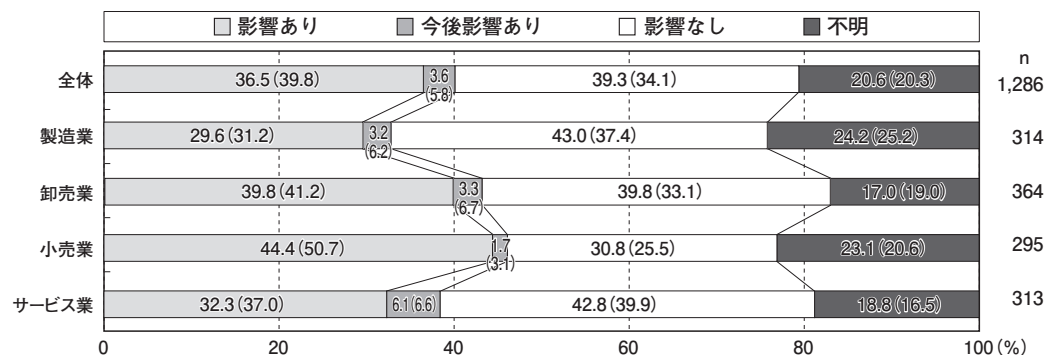
- 介護・福祉分野においては、申請許認可書類等アナログのままであり、デジタル化・効率化が遅々として進まない。
(医薬品卸売業)
- 日本の景気上昇に合わせ、新入社員に興味を持ってもらうためにベースアップを検討しているが、大企業の更なる大幅なベースアップの前にかすんでしまい、中小企業に目が向く気配はなさそうである。
(建築設計業)

新型コロナウイルス感染症による事業活動等への影響

1. 経営や事業活動への影響

新型コロナウイルス感染症の感染拡大にともなう2023年(令和5年)2月の経営や事業活動への影響を全体でみると、「影響なし」が39.3%(前回調査34.1%)と最も高い。「影響あり」は36.5%(同39.8%)となり、前回調査と比べて3.3ポイント減少した。

図表2 経営や事業活動への影響

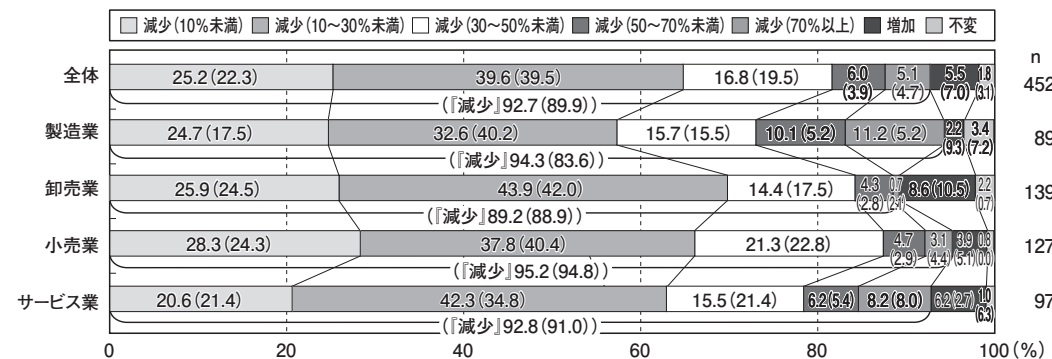


注) 無回答を除き集計。()内は前回調査(令和5年2月)の数値。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。

2. 売上高への影響

新型コロナウイルス感染症拡大前の2020年(令和2年)2月と比較した2023年(令和5年)2月の売上高を全体でみると、『減少』が92.7%(前回調査89.9%)を占めた。『減少』の内訳をみると、「減少(10~30%未満)」が39.6%(同39.5%)と最も高く、次いで「減少(10%未満)」が25.2%(同22.3%)、「減少(30~50%未満)」が16.8%(同19.5%)、「減少(50~70%未満)」が6.0%(同3.9%)、「減少(70%以上)」が5.1%(同4.7%)の順となった。

図表3 売上高への影響



注) 経営や事業活動への影響(図表2)で「影響あり」と回答した企業のうち無回答を除き集計。()内は前回調査(令和5年2月)の数値。四捨五入のため合計が100%にならない場合がある。