

調査

第84回 福島県内景気動向調査 ～2023年度下期現況と2024年度上期見通し～

県内企業の景況は、原材料価格高騰の影響を受けて収益が低下しており、現況は下降局面にあり、先行きは下降局面が続くもののマイナスが縮小。



<要旨>

【自社の業況判断】 現況（2023年度下期）BSI（景況判断指数）※は、全産業△11（前期比△4 ㊦）とマイナス値となり、下降局面にあると判断された。製造業・非製造業別にみると、製造業△13（同±0 ㊦）、非製造業△9（同△7 ㊦）と、製造業は前期比変わらないが、非製造業は卸・小売業がマイナス値に転じたことなどからマイナスが拡大した。

見通し（2024年度上期）BSIは、全産業△2（前期比+9 ㊦）、製造業+10（同+23 ㊦）、非製造業△11（同△2 ㊦）と、製造業はプラスに転じ、全産業は下降局面が続くもののマイナスが縮小した。

【設備投資動向】 2024年度上期に設備投資を実施予定の企業割合は全産業で40.0%（122社）となり、前期比4.1 ㊦低下した。また、設備投資金額は、全産業で前期比増減率が△18.7%（うち製造業+25.8%、非製造業△53.6%）と、非製造業が減少する一方、製造業で増加する見通しとなった。

【雇用動向】 2024年1月の雇用過不足BSIは、全産業で△46（前回調査比△3 ㊦）と、「不足」の回答割合が「過剰」を上回り、不足感があると判断され、前期（2023年7月）に比べ不足感がさらに強まった。

【賃上げ動向】 2024年春の賃金について、全産業で賃上げを実施する予定の企業は「ベースアップ・定期昇給両方」「ベースアップのみ」「定期昇給のみ」合わせて76.4%となった。ベースアップを予定する割合は合わせて38.7%と4割近くに上った。

【経営上の課題】企業が抱える経営上の課題については、全産業で「人材・人員の確保」「売上の確保」の順であった。「人材・人員の確保」は製造業・非製造業を問わず企業の大きな経営課題となっている。

【県外・海外市場への進出状況】県外取引先の有無については、全産業で約7割の企業が有しており、製造業で9割近くとなっている。海外取引先の有無については、全産業で約2割にとどまっている。売上高に占める割合は、県外取引先は「50%以上」が半分以上を占めるのに対し、海外取引先は5%未満が合わせて4割と売上高に占める割合は低めである。

※ B S I（景況判断指数）とは：Business Survey Indexの略。企業経営者の自社企業の業績や業況、従業員数などの判断・見通しについてアンケートを実施し、上昇と回答した企業の構成比から下降と回答した企業の構成比を差し引いて算出する。数値がプラスであれば前期と比較して景況が良化、マイナスであれば前期と比較して景況が悪化と判断する企業が多いことを示す。

○ 調査要領

1. 調査方法 多項目アンケート調査郵送法
2. 調査対象 県内企業525社
3. 回答企業 314社（有効回答率59.8%）
4. 調査時期 2024年1月（前回調査：2023年7月）
5. 調査対象期間

2023年度上期：2023年4月～2023年9月期	この期間は「実績」と記載
2023年度下期：2023年10月～2024年3月期	この期間は「現況」と記載
2024年度上期：2024年4月～2024年9月期	この期間は「見通し」と記載

注：BSI（ビジネス・サーベイ・インデックス）の計算方法

$$\frac{\text{「上昇」と回答した企業数} - \text{「下降」とした企業数}}{\text{総回答企業数}} \times 100$$

例：総回答企業数 200社

「上昇」50社 「不変」80社 「下降」70社

$$\frac{50 - 70}{200} \times 100 = \triangle 10$$

（小数点第1位四捨五入）

業種	回答企業数	構成比
製造業	136社	43.3%
飲食料品	22	7.0
繊維・繊維製品	14	4.5
木材・木製品	9	2.9
紙・紙加工品	8	2.5
化学	8	2.5
窯業・土石製品	5	1.6
鉄鋼・非鉄・金属製品	11	3.5
はん用・生産用・業務用機械	6	1.9
電気機械	12	3.8
電子部品・デバイス	10	3.2
輸送用機械	9	2.9
その他製造業	22	7.0
非製造業	178	56.7
建設業	31	9.9
運輸業	12	3.8
情報通信	3	1.0
卸・小売業	77	24.5
サービス業	43	13.7
その他非製造業	12	3.8
全産業計	314	100.0

I 県内、各所属業界の景気判断

1. 県内の景気判断BSI

2023年度下期現況は、全産業△8（前期比△2 ㊦）、**2024年度上期見通し**は全産業△2（同+6 ㊦）と、マイナス値での推移であるが、製造業を中心に「上昇」とする回答割合が増加したことでマイナスが縮小した（図表1）。

2. 各所属業界の景気判断BSI

2023年度下期現況は、製造業△32（同△8 ㊦）、非製造業△17（同△3 ㊦）と、製造業・非製造業ともにマイナス値となり、下降局面にあると判断された。前期比で製造業・非製造業ともにマイナスが拡大した。

2024年度上期見通しは、製造業△9（同+23 ㊦）、非製造業△19（同△2 ㊦）と、製造業・非製造業ともにマイナス値となり、下降局面にあると判断された。非製造業は前期比でマイナスがやや拡大したのに対し、製造業はマイナスが大きく縮小した。

図表1 県内と各所属業界の景気判断(上昇・下降) BSI

		2021年度下期 実績BSI値	2022年度上期 実績BSI値	2022年度下期 実績BSI値	2023年度上期 実績BSI値	2023年度下期 現況BSI値※1	変化幅	2024年度上期 見通しBSI値	変化幅
県内景気	全産業	△29	△22	△12	△6	△8(△5)	△2	△2	6
各所属業界 の景気	製造業	△9	△13	△18	△24	△32(△5)	△8	△9	23
	非製造業	△32	△26	△10	△14	△17(△8)	△3	△19	△2

※1：2023年度下期現況の()内は前回調査時の「見通し」

II 自社の業況判断

1. 業況判断BSI

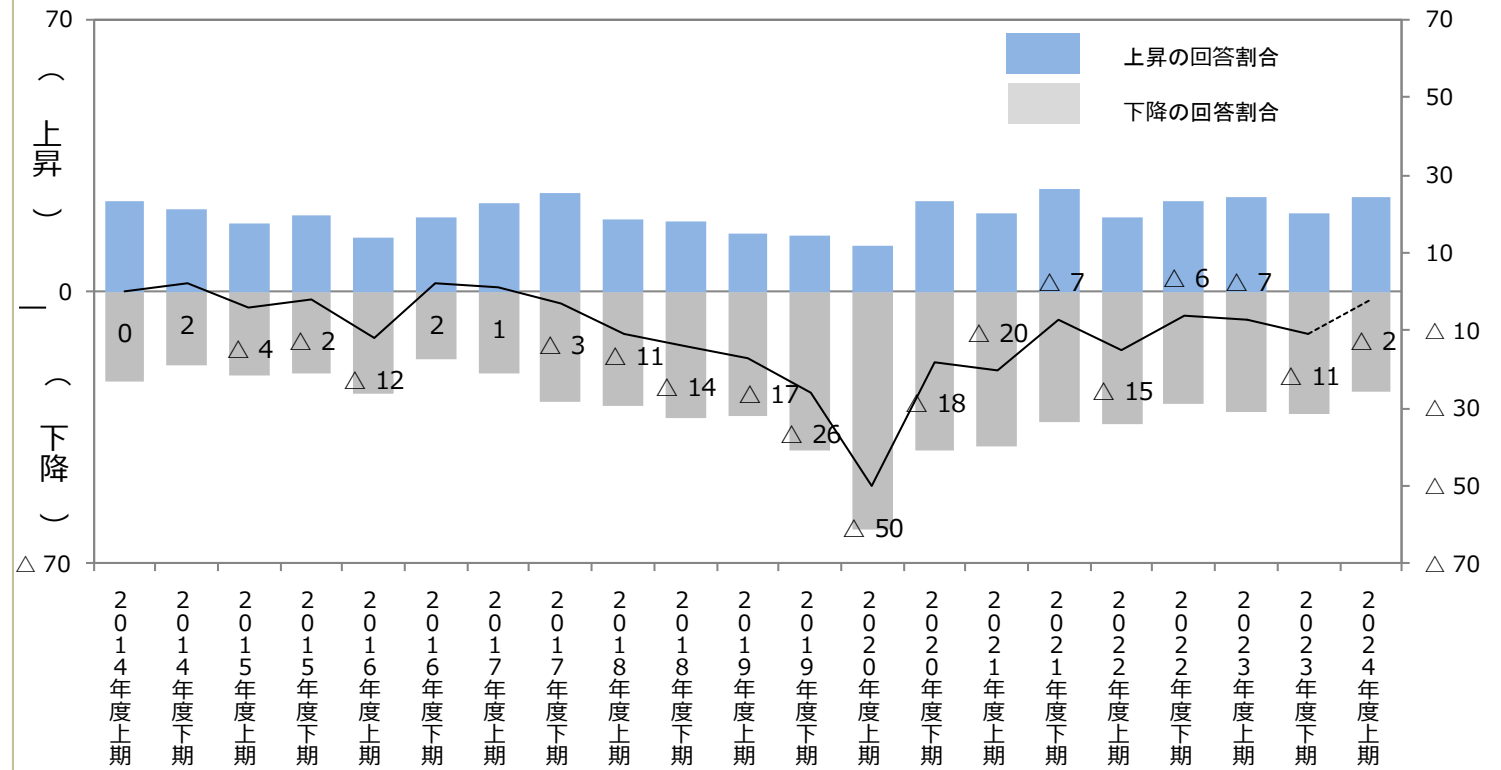
(1) 全体

A. 2023年度下期現況は、全産業 $\Delta 11$ （前期比 $\Delta 4$ ㊦）とマイナス値となり、下降局面にあると判断された。製造業・非製造業別にみると、製造業 $\Delta 13$ （同 ± 0 ㊦）、非製造業 $\Delta 9$ （同 $\Delta 7$ ㊦）と、製造業は前期比変わらないが、非製造業は卸・小売業がマイナス値に転じたことなどからマイナスが拡大した（図表2、3）。

◆**製造業**：BSI値は、前期に比べ良化を示すプラス値は「その他製造業」1業種のみであり、「紙・紙加工品」など7業種が前期に比べ悪化を示すマイナス値となった。

◆**非製造業**：BSI値は、「情報通信」がプラス値となり、「その他非製造業」が横ばい、「運輸業」など4業種がマイナス値となった。

図表2 自社の業況判断BSI推移（全産業）



※2014年度上期～2023年度上期は実績、2023年度下期は現況、2024年度上期は見通し

図表3 自社の業況判断(上昇・下降) B S I

	2021年度下期 実績BSI値 ※1	2022年度上期 実績BSI値 ※1	2022年度下期 実績BSI値 ※1	2023年度上期 実績BSI値 ※1	2023年度下期 現況BSI値 ※2	変化幅	2024年度上期 見通しBSI値	変化幅
全 産 業	△ 7	△ 15	△ 6	△ 7 (△ 15)	△ 11 (△ 5)	△ 4	△ 2	9
製 造 業	3	△ 8	△ 13	△ 13 (△ 16)	△ 13 (△ 1)	0	10	23
飲 食 料 品	△ 26	5	△ 24	△ 27 (△ 19)	△ 32 (△ 24)	△ 5	△ 9	23
織 維 ・ 織 維 製 品	△ 17	△ 21	△ 15	△ 8 (8)	△ 15 (0)	△ 7	△ 15	0
木 材 ・ 木 製 品	50	57	△ 20	11 (△ 40)	△ 11 (△ 60)	△ 22	11	22
紙 ・ 紙 加 工 品	10	△ 60	△ 33	△ 38 (0)	△ 50 (△ 11)	△ 12	△ 25	25
化 学	20	△ 21	△ 18	△ 13 (△ 45)	0 (0)	13	25	25
窯 業 ・ 土 石 製 品	△ 38	△ 13	△ 57	△ 40 (△ 29)	△ 40 (△ 43)	0	△ 60	△ 20
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	47	56	△ 6	27 (19)	0 (31)	△ 27	36	36
は ん 用 ・ 生 産 用 ・ 業 務 用 機 械	△ 27	△ 33	10	17 (△ 10)	0 (10)	△ 17	50	50
電 気 機 械	△ 9	△ 10	△ 29	△ 17 (△ 14)	△ 8 (29)	9	8	16
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	30	△ 10	10	△ 44 (△ 50)	△ 33 (0)	11	44	77
輸 送 用 機 械	0	△ 47	△ 55	△ 11 (△ 27)	0 (18)	11	22	22
そ の 他 製 造 業	0	7	19	△ 9 (△ 15)	9 (0)	18	27	18
非 製 造 業	△ 16	△ 20	1	△ 2 (△ 15)	△ 9 (△ 8)	△ 7	△ 11	△ 2
建 設 業	△ 35	△ 32	△ 23	△ 39 (△ 45)	△ 35 (△ 42)	4	△ 48	△ 13
運 輸 業	△ 40	△ 33	8	△ 27 (△ 17)	△ 36 (17)	△ 9	△ 18	18
情 報 通 信	0	20	0	33 (0)	33 (0)	0	33	0
卸 ・ 小 売 業	△ 22	△ 20	3	14 (△ 13)	△ 1 (△ 10)	△ 15	△ 4	△ 3
サ ー ビ ス 業	0	△ 10	18	△ 2 (13)	△ 2 (21)	0	0	2
そ の 他 非 製 造 業	19	△ 17	△ 14	0 (△ 36)	0 (△ 29)	0	0	0

※1：再調査した実績、()内は前回調査の現況 ※2：()内は前回調査の見通し

B. 2024年度上期見通しは、全産業△2（前期比+9㊦）、製造業+10（同+23㊦）、非製造業△11（同△2㊦）と、製造業はプラス値に転じ、全産業は下降局面が続くものの、マイナスが縮小した（図表2、3）。

◆**製造業**：BSI値は、「はん用・生産用・業務用機械」など8業種がプラス値、「窯業・土石製品」など4業種がマイナス値となった。

◆**非製造業**：BSI値は、「情報通信」1業種がプラス値、「サービス業」など2業種が横ばいとなり、「建設業」など3業種がマイナス値となった。

(2) 本社所在地別

A. 2023年度下期現況は、全産業で見ると、県内本社企業△12（前期比△7 ㊦）、県外本社企業±0（同+36㊦）と、県内本社企業がマイナス値が続くのに対し、県外本社企業は横ばい局面と判断された（図表4）。

B. 2024年度上期見通しは、全産業で見ると、県内本社企業は△1（同+11㊦）、県外本社企業は△7（同△7 ㊦）と、ともに下降局面と判断されたが、県内本社企業の製造業ではプラス値に転じた（図表4）。

(3) 資本金規模別

A. 2023年度下期現況は、「10億円以上」でプラス値となり上昇局面と判断されたが、他の4階層では下降局面と判断された（図表5）。

B. 2024年度上期見通しは、「1,000万円以上5,000万円未満」を除く4階層でプラス値となったが、企業数の最も多い「1,000万円以上5,000万円未満」がマイナス値のため、全体では下降局面と判断された（図表5）。

図表4 本社所在地別自社の業況判断（上昇・下降）BSI

	県内本社企業					県外本社企業				
	2023年度 上期実績 BSI値	2023年度 下期現況 BSI値	変化幅	2024年度 上期見通し BSI値	変化幅	2023年度 上期実績 BSI値	2023年度 下期現況 BSI値	変化幅	2024年度 上期見通し BSI値	変化幅
全産業	△5	△12	△7	△1	11	△36	0	36	△7	△7
製造業	△11	△16	△5	11	27	△25	8	33	0	△8
非製造業	△1	△9	△8	△10	△1	△100	△50	50	△50	0

図表5 資本金規模別自社の業況判断（上昇・下降）BSI

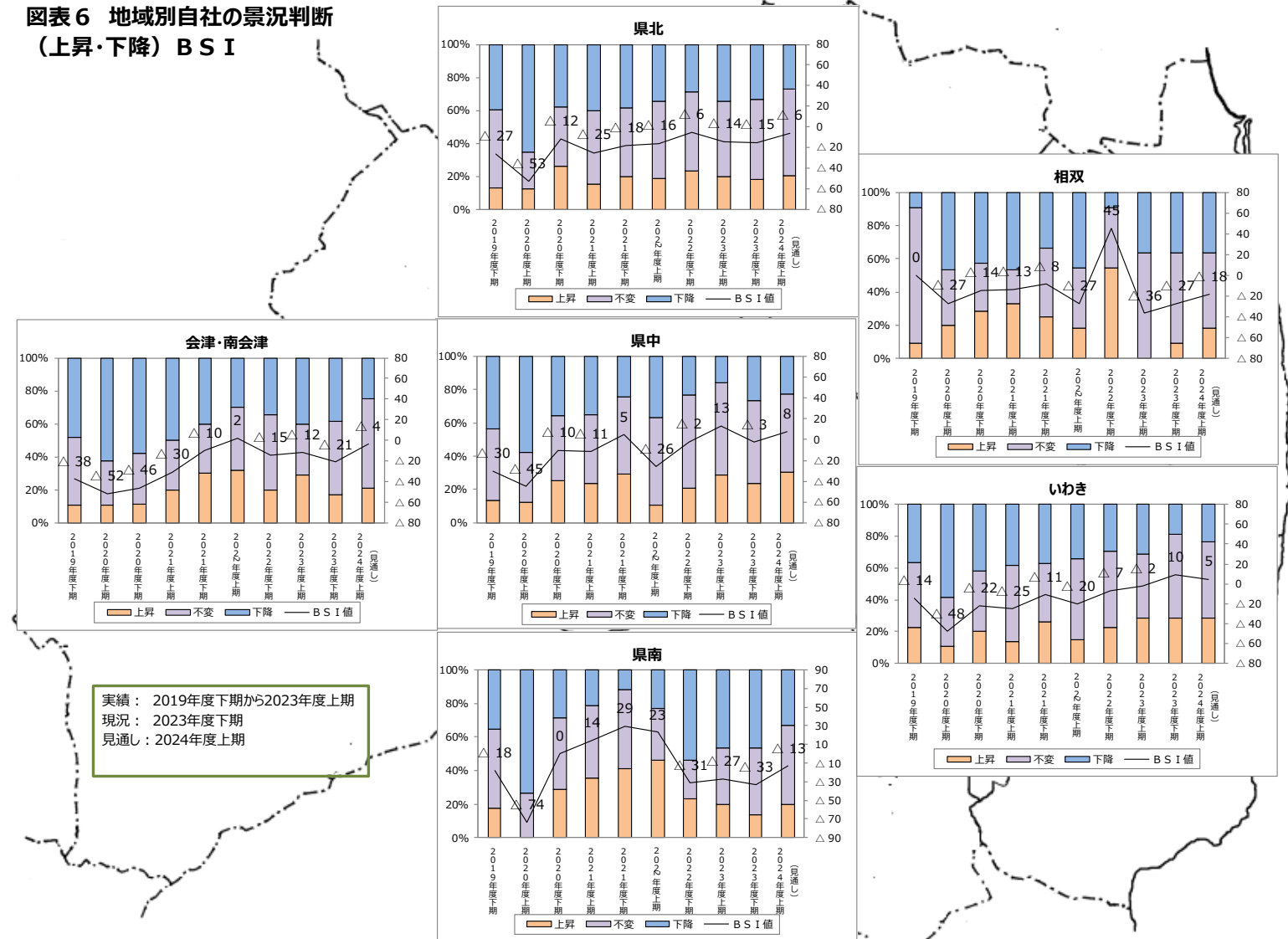
	企業数	2023年度 上期実績 BSI値	2023年度 下期現況 BSI値	変化幅	2024年度 上期見通し BSI値	変化幅
全体	308	△7	△11	△4	△2	9
10億円以上	9	33	33	0	33	0
1億円以上10億円未満	34	△21	△18	3	15	33
5,000万円以上1億円未満	60	5	△5	△10	7	12
1,000万円以上5,000万円未満	189	△7	△12	△5	△10	2
1,000万円未満	16	△38	△31	7	13	44

(4) 地域別

A. 2023年度下期現況は、いわきを除く5地域がマイナス値となった。県中はマイナス値に転じ、会津・南会津など3地域ではマイナスが拡大した(図表6)。

B. 2024年度上期見通しは、いわきは引き続きプラス値となり、県中はプラス値に転じた。県南など4地域は依然下降局面ではあるがマイナスが縮小した(図表6)。

図表6 地域別自社の景況判断
 (上昇・下降) B S I



地域の区分	
県北	福島市、二本松市、伊達市、本宮市、伊達郡、安達郡
県中	郡山市、須賀川市、田村市、岩瀬郡、石川郡、田村郡
県南	白河市、西白河郡、東白川郡
会津	会津若松市、喜多方市、耶麻郡、河沼郡、大沼郡
南会津	南会津郡
相双	相馬市、南相馬市、双葉郡、相馬郡
いわき	いわき市

2. 項目別BSI

(1) 受注高BSI (製造業のみ)

A. 2023年度下期現況は、製造業△9 (前期比△2 ㊦) と、マイナスが拡大した。「紙・紙加工品」など7業種がマイナス値となった (図表7)。

B. 2024年度下期見通しは、製造業+6 (同+15 ㊦) と上昇局面であるプラス値に転じた。「はん用・生産用・業務用機械」など7業種がプラス値となった (図表7)。

(2) 生産高BSI (製造業のみ)

A. 2023年度下期現況は、製造業△10 (同△2 ㊦) と、マイナスが拡大した。「紙・紙加工品」など7業種がマイナス値となった (図表7)。

B. 2024年度上期見通しは、製造業+4 (同+14 ㊦) と、プラス値に転じた。「その他製造業」など5業種がプラス値となった (図表7)。

(3) 売上 (完成工事) 高BSI

A. 2023年度下期現況は、製造業△9 (同△7 ㊦)、非製造業+1 (同△5 ㊦) と、製造業でマイナスが拡大する一方、非製造業はプラス値となっている。プラス値となったのは、製造業で「輸送用機械」など12業種中3業種、非製造業では「情報通信」など6業種中3業種となった (図表7)。

図表7 項目別BSI [受注高 (増・減)、生産高 (増・減)、売上高 (増・減)]

	受注高					生産高					売上 (完成工事) 高				
	上2 期0 実2 績3 年 度	下2 期0 現2 況3 年 度	変 化 幅	上2 期0 見2 通4 し年 度	変 化 幅	上2 期0 実2 績3 年 度	下2 期0 現2 況3 年 度	変 化 幅	上2 期0 見2 通4 し年 度	変 化 幅	上2 期0 実2 績3 年 度	下2 期0 現2 況3 年 度	変 化 幅	上2 期0 見2 通4 し年 度	変 化 幅
	BSI値			BSI値		BSI値			BSI値		BSI値			BSI値	
製 造 業	△7	△9	△2	6	15	△8	△10	△2	4	14	△2	△9	△7	6	15
飲 食 料 品	△9	△9	0	9	18	△9	△32	△23	0	32	△9	△14	△5	9	23
織 維 ・ 織 維 製 品	8	8	0	15	7	△15	△8	7	△8	0	8	0	△8	8	8
木 材 ・ 木 製 品	△11	△67	△56	△11	56	11	△44	△55	0	44	△11	△56	△45	△11	45
紙 ・ 紙 加 工 品	△13	△75	△62	△13	62	△13	△88	△75	△13	75	25	△50	△75	△13	37
化 学	△13	△13	0	13	26	△25	△25	0	13	38	△25	△25	0	13	38
窯 業 ・ 土 石 製 品	△20	△20	0	△60	△40	△20	△20	0	△40	△20	△20	△20	0	△60	△40
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	9	36	27	9	△27	0	36	36	9	△27	18	0	△18	9	9
はん用・生産用・業務用機械	0	△33	△33	33	66	17	0	△17	17	17	0	0	0	17	17
電 気 機 械	△8	17	25	0	△17	△17	8	25	0	△8	△8	17	25	0	△17
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	△33	△33	0	22	55	△22	△33	△11	22	55	△22	△44	△22	22	66
輸 送 用 機 械	0	0	0	△11	△11	0	22	22	0	△22	11	22	11	0	△22
そ の 他 製 造 業	△5	9	14	18	9	△5	18	23	23	5	0	14	14	23	9
非 製 造 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6	1	△5	△10	△11
建 設 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△29	△26	3	△48	△22
運 輸 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△27	△55	△28	△36	19
情 報 通 信	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△33	67	100	△33	△100
卸 ・ 小 売 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22	14	△8	3	△11
サ - ビ ス 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12	5	△7	△2	△7
そ の 他 非 製 造 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20	0	△20	10	10

B. 2024年度上期見通しは、製造業+6（前期比+15%）、非製造業△10（同△11%）と、製造業はプラス値に転じる一方、非製造業はマイナス値に転じた。プラス値となったのは、製造業で「その他製造業」など7業種、非製造業で「その他非製造業」など2業種と、現況に比べプラス値の業種が増加した（図表7）。

（4）在庫BSI（過剰－不足、製造業のみ）

A. 2023年度下期現況は、製造業+16（同±0%）と「過剰」の割合が「不足」を上回り過剰感にあると判断された。「その他製造業」で不足感があると判断され、「はん用・生産用・業務用機械」など2業種が過不足なし、他の9業種は過剰感があると判断された（図表8）。

B. 2024年度上期見通しは、製造業+8（同△8%）と過剰感にあるが、前期に比べ過剰感が低下した。「鉄鋼・非鉄金属製品」など2業種が不足感、「飲食料品」など3業種が過不足なしとなり、過剰感のある業種でも過剰感が強まる業種は無い見通しとなった（図表8）。

（5）収益BSI

A. 2023年度下期現況は、製造業△18（同△8%）、非製造業△16（同△7%）と、ともに下降局面と判断され、マイナスが拡大した。プラス値となった業種は、製造業では無く、非製造業では「情報通信」のみであった（図表8）。

B. 2024年度上期見通しは、製造業±0（同+18%）、非製造業△22（同△6%）と、製造業は横ばいまで上昇するが、非製造業はマイナスが拡大する見通し。プラス値となったのは、製造業で「はん用・生産用・業務用機械」など4業種、非製造業で「その他非製造業」の1業種であった（図表8）。

図表8 項目別BSI [在庫（過剰・不足は逆サイクル）、収益（増・減）]

	在 庫					収 益				
	上 2 期 0 実 2 績 3 年 度	下 2 期 0 現 2 況 3 年 度	変 化 幅	上 2 期 0 見 2 通 4 し 年 度	変 化 幅	上 2 期 0 実 2 績 3 年 度	下 2 期 0 現 2 況 3 年 度	変 化 幅	上 2 期 0 見 2 通 4 し 年 度	変 化 幅
	BSI値			BSI値		BSI値			BSI値	
製 造 業	16	16	0	8	△ 8	△ 10	△ 18	△ 8	0	18
飲 食 料 品	5	23	18	0	△ 23	△ 36	△ 27	9	△ 14	13
織 維 ・ 織 維 製 品	31	31	0	15	△ 16	△ 8	△ 23	△ 15	△ 15	8
木 材 ・ 木 製 品	11	22	11	11	△ 11	11	△ 33	△ 44	11	44
紙 ・ 紙 加 工 品	38	50	12	38	△ 12	50	△ 38	△ 88	△ 13	25
化 学	25	13	△ 12	13	0	△ 25	△ 25	0	0	25
窯 業 ・ 土 石 製 品	20	20	0	20	0	△ 40	△ 40	0	△ 80	△ 40
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	9	0	△ 9	△ 9	△ 9	9	0	△ 9	0	0
はん用・生産用・業務用機械	0	0	0	0	0	33	0	△ 33	33	33
電 気 機 械	33	33	0	25	△ 8	△ 8	0	8	0	0
電 子 部 品 ・ テ バ イ ス	22	22	0	22	0	△ 33	△ 33	0	22	55
輸 送 用 機 械	11	11	0	0	△ 11	△ 22	△ 11	11	0	11
そ の 他 製 造 業	9	△ 14	△ 23	△ 5	9	△ 9	△ 5	4	23	28
非 製 造 業	-	-	-	-	-	△ 9	△ 16	△ 7	△ 22	△ 6
建 設 業	-	-	-	-	-	△ 45	△ 45	0	△ 52	△ 7
運 輸 業	-	-	-	-	-	△ 36	△ 64	△ 28	△ 45	19
情 報 通 信	-	-	-	-	-	0	67	67	0	△ 67
卸 ・ 小 売 業	-	-	-	-	-	9	△ 4	△ 13	△ 18	△ 14
サ ー ビ ス 業	-	-	-	-	-	△ 14	△ 9	5	△ 12	△ 3
そ の 他 非 製 造 業	-	-	-	-	-	10	△ 10	△ 20	10	20

(6) 製品（商品）価格BSI

A. 2023年度下期現況は、製造業+34（前期比△4㊦）、非製造業+47（同△8㊦）と、「上昇」の割合が「下降」を上回りプラス値となり、横ばいの「電子部品・デバイス」と「情報通信」を除いた業種において価格上昇となっている。

B. 2024年度上期見通しは、製造業+31（同△3㊦）、非製造業+41（同△6㊦）と、製造業5業種・非製造業4業種で低下したが、「情報通信」を除きプラス値となり、価格上昇が続く見通しとなっている（図表9）。

(7) 原材料価格BSI（製造業のみ）

A. 2023年度下期現況は、製造業+57（同△12㊦）で、前期に引き続きすべての業種がプラス値となった。前期に比べ8業種で低下したが、多くの業種において、原材料（仕入）価格の上昇が続いている（図表9）。

B. 2024年度上期見通しは、製造業+48（同△9㊦）と、前期比で低下し、「窯業・土石製品」など8業種でプラスが縮小したものの、前期に引き続きすべての業種がプラス値であり、原材料（仕入）価格の上昇が続くものと判断されている（図表9）。

図表9 項目別BSI [収益（増・減）、製品価格（上昇・下降）、原材料価格（上昇・下降）]

	製品（商品）価格					原材料（仕入）価格				
	上2 期0 実2 績3 年度	下2 期0 現2 況3 年度	変 化 幅	上2 期0 見2 通4 し年度	変 化 幅	上2 期0 実2 績3 年度	下2 期0 現2 況3 年度	変 化 幅	上2 期0 見2 通4 し年度	変 化 幅
	BSI値			BSI値		BSI値			BSI値	
製 造 業	38	34	△4	31	△3	69	57	△12	48	△9
飲 食 料 品	45	55	10	32	△23	91	86	△5	73	△13
織 維 ・ 織 維 製 品	46	46	0	38	△8	92	77	△15	62	△15
木 材 ・ 木 製 品	11	33	22	11	△22	11	33	22	11	△22
紙 ・ 紙 加 工 品	88	25	△63	13	△12	88	38	△50	25	△13
化 学	13	13	0	25	12	50	50	0	25	△25
窯 業 ・ 土 石 製 品	60	40	△20	40	0	100	80	△20	40	△40
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	73	36	△37	36	0	100	55	△45	64	9
はん用・生産用・業務用機械	33	33	0	67	34	50	50	0	83	33
電 気 機 械	33	42	9	33	△9	75	50	△25	50	0
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	11	0	△11	22	22	44	44	0	44	0
輸 送 用 機 械	22	22	0	44	22	56	44	△12	33	△11
そ の 他 製 造 業	27	27	0	27	0	55	45	△10	36	△9
非 製 造 業	55	47	△8	41	△6	-	-	-	-	-
建 設 業	55	48	△7	42	△6	-	-	-	-	-
運 輸 業	27	18	△9	45	27	-	-	-	-	-
情 報 通 信	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
卸 ・ 小 売 業	67	58	△9	46	△12	-	-	-	-	-
サ ー ビ ス 業	49	40	△9	37	△3	-	-	-	-	-
そ の 他 非 製 造 業	30	40	10	30	△10	-	-	-	-	-

(8) 項目BSIまとめ

A. 2023年度下期現況は、製造業では受注高・生産高・売上高・収益のいずれも引き続きマイナス値となった。製品価格は上昇しているものの、原材料（仕入）価格も上昇していることで、収益低下につながっている。非製造業では売上高がプラス値にあるが、収益はマイナスが拡大している。

B. 2024年度上期見通しは、製造業では受注高・生産高・売上高いずれもプラス値に転じるが、依然として原材料価格は上昇局面にあり、収益は横ばい局面となる見込み。非製造業では売上高と収益ともにマイナス値が続き、マイナスが拡大する見込み。

項目BSI	2023年度下期現況	2024年度上期見通し
自社の業況判断	全産業△11（前期比△4 ㊦） 製造業△13（同±0 ㊦）非製造業△9（同△7 ㊦）	全産業△2（同+9 ㊦） 製造業+10（同+23 ㊦）非製造業△11（同△2 ㊦）
受注高	製造業△9（同△2 ㊦）	製造業+6（同+15 ㊦）
生産高	製造業△10（同△2 ㊦）	製造業+4（同+14 ㊦）
売上（完成工事）高	製造業△9（同△7 ㊦）非製造業+1（同△5 ㊦）	製造業+6（同+15 ㊦）非製造業△10（同△11 ㊦）
在庫	製造業+16（同±0 ㊦）	製造業+8（同△8 ㊦）
収益	製造業△18（同△8 ㊦）非製造業△16（同△7 ㊦）	製造業±0（同+18 ㊦）非製造業△22（同△6 ㊦）
製品（商品）価格	製造業+34（同△4 ㊦）非製造業+47（同△8 ㊦）	製造業+31（同△3 ㊦）非製造業+41（同△6 ㊦）
原材料（仕入）価格	製造業+57（同△12 ㊦）	製造業+48（同△9 ㊦）

Ⅲ 設備投資動向

1. 実施企業

(1) 2023年度下期実績・予定

設備投資を実施した（する）と回答した企業は、全産業135社、実施割合は44.1%（前期比+0.6%）であり、製造業49.3%（同+1.5%）、非製造業40.1%（同±0.0%）と、製造業が前期比上昇した。実施割合の高い業種は、「輸送用機械」100.0%、「運輸業」72.7%、「鉄鋼・非鉄金属製品」63.6%などであった（図表10）。

資本金別の実施割合は、「1,000万円以上5,000万円未満」が前期比上昇、「1億円以上10億円未満」と「5,000万円以上1億円未満」は低下した（図表11）。

(2) 2024年度上期予定

設備投資を実施予定の企業は、全産業で122社、実施割合は40.0%（同△4.1%）であり、製造業42.5%（同△6.8%）、非製造業38.0%（同△2.1%）と、いずれも前期比低下した。実施割合の高い業種は、「その他非製造業」70.0%、「輸送用機械」66.7%などであった（図表10）。

資本金別の実施割合は、「10億円以上」と「1,000万円未満」が横ばいであったが、他の3階層は低下した（図表11）。

図表10 業種別設備投資実施割合

(単位：社、%)

	2023年度上期実績		2023年度下期実績・予定			2024年度上期予定		
	実施企業数	実施割合	実施企業数	前期比増減数	実施割合	実施企業数	前期比増減数	実施割合
全 産 業	133	43.5	135	2	44.1	122	△13	40.0
製 造 業	64	47.8	66	2	49.3	57	△9	42.5
飲 食 料 品	14	63.6	12	△2	54.5	7	△5	31.8
織 維 ・ 織 維 製 品	2	15.4	3	1	23.1	2	△1	15.4
木 材 ・ 木 製 品	3	33.3	4	1	44.4	3	△1	33.3
紙 ・ 紙 加 工 品	5	62.5	5	0	62.5	5	0	62.5
化 学	4	50.0	5	1	62.5	3	△2	37.5
窯 業 ・ 土 石 製 品	1	20.0	3	2	60.0	1	△2	20.0
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	8	72.7	7	△1	63.6	6	△1	54.5
はん用・生産用・業務用機械	2	33.3	1	△1	16.7	3	2	50.0
電 気 機 械	6	50.0	4	△2	33.3	7	3	58.3
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	5	55.6	4	△1	44.4	5	1	55.6
輸 送 用 機 械	5	55.6	9	4	100.0	6	△3	66.7
そ の 他 製 造 業	9	40.9	9	0	40.9	9	0	40.9
非 製 造 業	69	40.1	69	0	40.1	65	△4	38.0
建 設 業	11	35.5	12	1	38.7	6	△6	20.0
運 輸 業	8	72.7	8	0	72.7	7	△1	63.6
情 報 通 信	1	33.3	1	0	33.3	1	0	33.3
卸 ・ 小 売 業	33	44.6	30	△3	40.5	35	5	47.3
サ ー ビ ス 業	12	27.9	13	1	30.2	9	△4	20.9
そ の 他 非 製 造 業	4	40.0	5	1	50.0	7	2	70.0

図表11 資本金別設備投資実施割合

(単位：社、%)

	回答 企業数	2023年度上期		2023年度下期		2024年度上期	
		実施企業数	実施割合	実施・実施 予定企業数	実施割合	実施予定 企業数	実施割合
全体	306	133	43.5	135	44.1	122	40.0
10億円以上	9	9	100.0	9	100.0	9	100.0
1億円以上10億円未満	34	23	67.6	21	61.8	20	58.8
5,000万円以上1億円未満	60	32	53.3	30	50.0	29	48.3
1,000万円以上5,000万円未満	188	66	35.1	72	38.3	61	32.6
1,000万円未満	15	3	20.0	3	20.0	3	20.0

2. 投資金額

(1) 2023年度下期実績・予定

設備投資金額は、前期比増減率で全産業△29.1%、製造業△40.3%、非製造業△16.9%と、製造業・非製造業とも大きく減少した。前期比で減少した業種は、製造業で「その他製造業」など9業種、非製造業では「卸・小売業」など4業種であった。実施企業数は前ページ（P13 図表10）のとおりやや増加しているが、投資金額は一部企業の大型案件の反動により大きく減少している（図表12）。

(2) 2024年度上期予定

設備投資金額は、前期比増減率で全産業△18.7%、製造業+25.8%、非製造業△53.6%と、非製造業が減少する一方、製造業で増加する見通しとなった。前期比で減少した業種は、製造業で「飲食料」など2業種、非製造業で「建設業」など5業種であり、非製造業では全般的に前期比減少する一方、製造業では多くの業種で前期比増加する見通しとなった（図表12）。

図表12 業種別設備投資金額

(単位：百万円、%)

	2023年度上期実績	2023年度下期実績・予定		2024年度上期予定			
	投資額	投資額	前期比増加額	前期比増減率	投資額	前期比増加額	前期比増減率
全 産 業	31,866	22,589	△ 9,277	△ 29.1	18,376	△ 4,213	△ 18.7
製 造 業	16,638	9,930	△ 6,707	△ 40.3	12,497	2,567	25.8
飲 食 料 品	391	325	△ 66	△ 16.8	165	△ 160	△ 49.3
織 維 ・ 織 維 製 品	38	15	△ 24	△ 61.8	32	18	120.7
木 材 ・ 木 製 品	196	89	△ 107	△ 54.6	159	70	78.7
紙 ・ 紙 加 工 品	54	41	△ 13	△ 24.1	137	96	234.1
化 学	7,939	5,127	△ 2,812	△ 35.4	5,567	440	8.6
窯 業 ・ 土 石 製 品	8	118	110	1,375.0	500	382	323.7
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	470	500	30	6.4	696	196	39.2
はん用・生産用・業務用機械	250	36	△ 214	△ 85.6	58	22	61.1
電 気 機 械	142	94	△ 49	△ 34.2	126	32	34.2
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	1,064	924	△ 140	△ 13.1	1,427	503	54.5
輸 送 用 機 械	725	1,443	718	99.0	1,397	△ 46	△ 3.2
そ の 他 製 造 業	5,361	1,219	△ 4,142	△ 77.3	2,233	1,014	83.2
非 製 造 業	15,228	12,659	△ 2,569	△ 16.9	5,879	△ 6,780	△ 53.6
建 設 業	5,180	3,728	△ 1,452	△ 28.0	615	△ 3,113	△ 83.5
運 輸 業	1,010	245	△ 765	△ 75.7	320	75	30.6
情 報 通 信	3	50	47	1,566.7	10	△ 40	△ 80.0
卸 ・ 小 売 業	7,692	6,090	△ 1,602	△ 20.8	3,918	△ 2,172	△ 35.7
サ - ビ ス 業	1,256	1,174	△ 82	△ 6.5	786	△ 388	△ 33.0
そ の 他 非 製 造 業	87	1,372	1,285	1,477.0	230	△ 1,142	△ 83.2

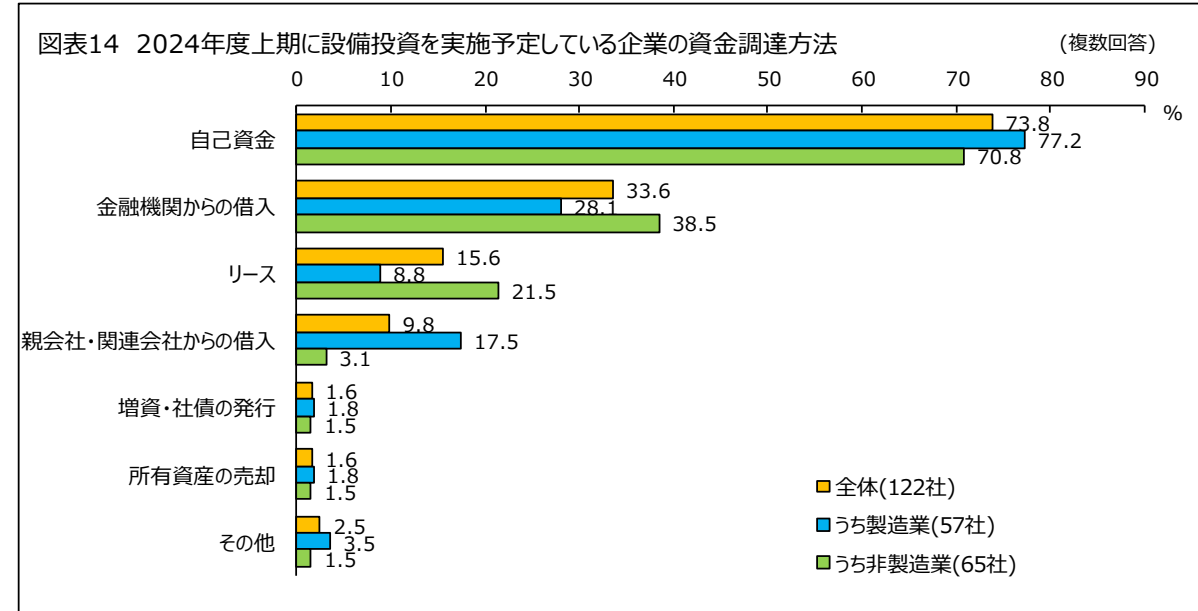
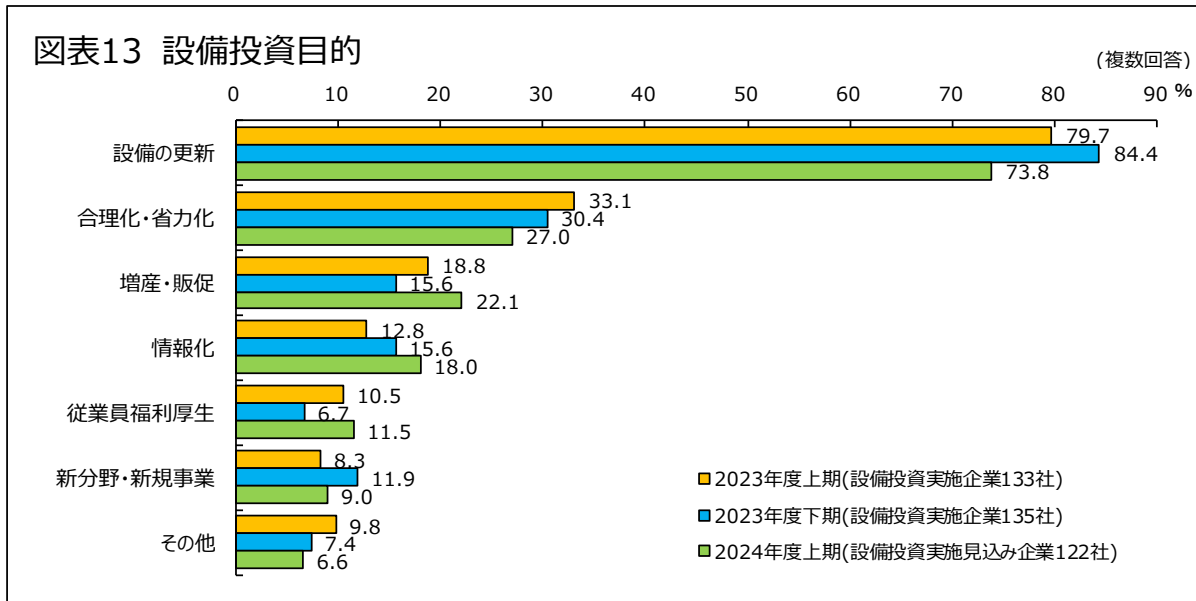
3. 投資目的・資金調達方法・設備投資を実施しない理由（2024年度上期）

（1）投資目的・資金調達方法（複数回答）

設備投資を予定している企業の投資目的をみると、最も回答割合が高かったのは、「設備の更新」73.8%であり、次いで「合理化・省力化」27.0%が続いた（図表13）。資金調達方法は、「自己資金」73.8%が最も高く、次いで「金融機関からの借入」33.6%が続いた（図表14）。

（2）設備投資を実施しない理由

設備投資を実施しない理由をみると、全産業で最も回答割合が高かったのは、「設備投資が一巡した」53.7%であり、次いで「利益の見通しがたかない」29.1%が続いた（図表15）。



図表15 2024年度上期に設備投資をしない理由 (設備投資を実施しない企業172社) (複数回答、単位：%)

	回答企業数	設備投資が一巡した	利益の見通しがたかない	受注(売上)の見通しがたかない	資金調達が困難である	取引先が生産拠点を海外に移転した	その他
全産業	134	53.7	29.1	26.1	10.4	0.0	7.5
製造業	57	56.1	35.1	35.1	14.0	0.0	5.3
非製造業	77	51.9	24.7	19.5	7.8	0.0	9.1
建設業	17	58.8	23.5	29.4	5.9	0.0	0.0
運輸業	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
情報通信業	2	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	28	57.1	25.0	14.3	10.7	0.0	14.3
サービス業	27	40.7	25.9	22.2	7.4	0.0	11.1
その他非製造業	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

IV 雇用動向

1. 雇用の過不足感

2024年1月の雇用過不足BSIは、全産業で△46と「不足」の回答割合が「過剰」を上回り、不足感があると判断され、前期（2023年7月）に比べ不足感がさらに強まった。製造業・非製造業別にみると、製造業△39、非製造業△51とともに不足感があると判断されており、製造業で12業種すべて、非製造業では「情報通信」（±0）を除く5業種で不足感があると判断された。部門別では4部門とも不足感があり、「技術・研究開発」△44が最も不足感が強かった（図表16）。

2. 雇用人員

2024年4月見込みの雇用人員BSIは、全産業で△3と、「減少する」の割合が「増加する」を上回り、前年同期比で減少する見込みとなっている。製造業・非製造業別にみると、製造業△2、非製造業△4と、製造業・非製造業ともに減少することが予想される。正社員・パート等別にみると、正社員は減少、パート等は横ばい見込みとなった（図表17）。

図表17 2024年4月見込みの雇用人員BSI
〔前年同時期比較（増・減）〕

	総人員		
	正社員	パート等	
全産業	△3	△4	0
製造業	△2	△5	△2
非製造業	△4	△3	2

※2023年4月と比較した2024年4月の雇用人員（増・減）BSI

図表16 雇用の過不足BSI（過剰・不足）

	全体		管理・事務		技術・研究開発		製造		営業・接客	
	2023年7月	2024年1月	2023年7月	2024年1月	2023年7月	2024年1月	2023年7月	2024年1月	2023年7月	2024年1月
全産業	△43	△46	△17	△20	△39	△44	△39	△41	△41	△41
製造業	△36	△39	△14	△19	△34	△42	△34	△36	△30	△35
飲食料品	△5	△9	24	5	△17	△24	0	△14	△5	△6
繊維・繊維製品	△31	△62	△38	△25	△36	△45	△15	△62	△36	△36
木材・木製品	△40	△50	△33	△25	0	△20	△50	△38	△33	△50
紙・紙加工品	△78	△63	△25	△63	△50	△50	△67	△50	△57	△33
化学	△18	△38	△10	△13	△25	△29	△18	△43	△14	△14
窯業・土石製品	△43	△40	0	△20	△33	△50	△43	△20	△33	△50
鉄鋼・非鉄金属製品	△63	△55	△33	△45	△46	△70	△50	△36	△50	△50
はん用・生産用・業務用機械	△60	△60	0	0	△40	△40	△67	△67	△33	△67
電気機械	△43	△50	△71	△42	△50	△40	△43	△50	△33	△50
電子部品・デバイス	△30	△22	△20	13	△33	△50	△30	△22	△33	△33
輸送用機械	△27	△44	△9	△22	△50	△50	△36	△33	△25	△38
その他製造業	△33	△32	△8	△10	△26	△43	△37	△32	△32	△33
非製造業	△49	△51	△19	△20	△46	△47	-	-	△49	△46
建設業	△66	△50	△29	△32	△65	△78	-	-	△46	△35
運輸業	△58	△100	△18	△50	△25	△80	-	-	△90	△100
情報通信	0	0	0	33	△33	△33	-	-	△33	△33
卸・小売業	△39	△43	△12	△13	△38	△34	-	-	△42	△38
サービス業	△62	△63	△25	△24	△41	△38	-	-	△57	△56
その他非製造業	△38	△30	△27	△11	△67	△13	-	-	△45	△33

注：雇用過不足BSI=過剰-不足。プラスは過剰感、マイナスは不足感を表す。

3. 採用

2024年春に新規採用を見込む企業数は全産業で154社（前年比△3.8%）と、昨年春よりも減少する見通しとなっている。製造業・非製造業別にみると、製造業で前年比+2.9%、非製造業では同△8.8%と、製造業は増加するのに対し、非製造業は減少となった。

また、新規採用の見込み人数は、全産業で1,044人（同△17.4%）と減少見込みである。製造業・非製造業別にみると、製造業で274人（同+10.0%）、非製造業では770人（同△24.1%）と、製造業は増加するのに対し、非製造業は減少となった（図表18）。

図表18 新規採用計画

（単位：社、人、%）

	採用企業数			採用人員数									前年比 増減率
	2023年春 採用実績	2024年春 採用見込み	前年比 増減率	2023年春 採用実績	2024年春 採用見込み			前年比 増減率					
					正規	非正規	無回答						
全 産 業	160	154	△ 3.8	1,264	1,039	203	22	1,044	872	148	24	△ 17.4	
製 造 業	69	71	2.9	249	244	5	0	274	265	7	2	10.0	
飲 食 料 品	8	10	25.0	15	12	3	0	18	13	5	0	20.0	
繊 維 ・ 繊 維 製 品	4	5	25.0	4	4	0	0	9	8	1	0	125.0	
木 材 ・ 木 製 品	4	3	△ 25.0	13	13	0	0	13	13	0	0	0.0	
紙 ・ 紙 加 工 品	4	4	0.0	12	12	0	0	13	13	0	0	8.3	
化 学	3	3	0.0	13	13	0	0	7	7	0	0	△ 46.2	
窯 業 ・ 土 石 製 品	1	0	△ 100.0	1	1	0	0	0	0	0	0	△ 100.0	
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	8	8	0.0	59	59	0	0	52	52	0	0	△ 11.9	
はん用・生産用・業務用機械	4	5	25.0	7	7	0	0	11	11	0	0	57.1	
電 気 機 械	9	7	△ 22.2	16	16	0	0	16	15	0	1	0.0	
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	5	3	△ 40.0	15	15	0	0	16	15	0	1	6.7	
輸 送 用 機 械	5	8	60.0	18	18	0	0	21	21	0	0	16.7	
そ の 他 製 造 業	14	15	7.1	76	74	2	0	98	97	1	0	28.9	
非 製 造 業	91	83	△ 8.8	1,015	795	198	22	770	607	141	22	△ 24.1	
建 設 業	17	17	0.0	74	74	0	0	39	39	0	0	△ 47.3	
運 輸 業	5	4	△ 20.0	93	90	3	0	12	11	1	0	△ 87.1	
情 報 通 信	3	3	0.0	16	16	0	0	18	18	0	0	12.5	
卸 ・ 小 売 業	37	36	△ 2.7	498	491	7	0	463	461	2	0	△ 7.0	
サ ー ビ ス 業	26	20	△ 23.1	322	115	185	22	233	76	135	22	△ 27.6	
そ の 他 非 製 造 業	3	3	0.0	12	9	3	0	5	2	3	0	△ 58.3	

V 賃金・賞与

1. 賃金

(1) 賃上げ動向

A.業種・資本金別

2024年春の賃金について、全産業で「引き上げる予定（定期昇給）」37.7%、「引き上げる予定（ベースアップ）」20.2%、「引き上げる予定（ベースアップ・定期昇給の両方）」18.5%と、賃上げを実施する予定の企業は合わせて76.4%であった（図表19）。「引き上げる予定（ベースアップ）」「引き上げる予定（ベースアップ・定期昇給の両方）」を合わせて、ベースアップを予定する割合は38.7%と、4割近くに上った。

資本金別にみると、賃上げ予定の合計は「1億円以上10億円未満」が97.0%、「5,000万円以上1億円未満」が83.4%など高い割合である一方、「1,000万円未満」は31.3%にとどまった（図表20）。

図表19 2024年春の賃金について

(単位：%)

	引き上げる 予定 (定期昇給)	引き上げる 予定 (ベースアップ)	引き上げる 予定 (ベースアップ・定期 昇給の両方)	引き下げる 予定	変更しない 予定	その他
全 産 業	37.7	20.2	18.5	0.3	19.2	4.0
製 造 業	47.0	13.6	18.9	0.8	15.2	4.5
飲食料品	54.5	9.1	4.5	0.0	27.3	4.5
繊維・繊維製品	30.8	30.8	7.7	0.0	30.8	0.0
木材・木製品	71.4	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0
紙・紙加工品	25.0	37.5	12.5	0.0	25.0	0.0
化学	37.5	12.5	37.5	0.0	0.0	12.5
窯業・土石製品	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属製品	54.5	9.1	18.2	0.0	9.1	9.1
はん用・生産用・業務用機械	50.0	0.0	33.3	16.7	0.0	0.0
電気機械	25.0	25.0	41.7	0.0	0.0	8.3
電子部品・デバイス	55.6	11.1	11.1	0.0	11.1	11.1
輸送用機械	33.3	0.0	44.4	0.0	11.1	11.1
その他製造業	63.6	9.1	22.7	0.0	4.5	0.0
非 製 造 業	30.6	25.3	18.2	0.0	22.4	3.5
建設業	20.0	23.3	26.7	0.0	30.0	0.0
運輸業	27.3	45.5	0.0	0.0	27.3	0.0
情報通信	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	36.5	23.0	21.6	0.0	13.5	5.4
サービス業	25.6	25.6	9.3	0.0	34.9	4.7
その他非製造業	40.0	20.0	30.0	0.0	10.0	0.0

図表20 2024年春の賃金について（資本金別）

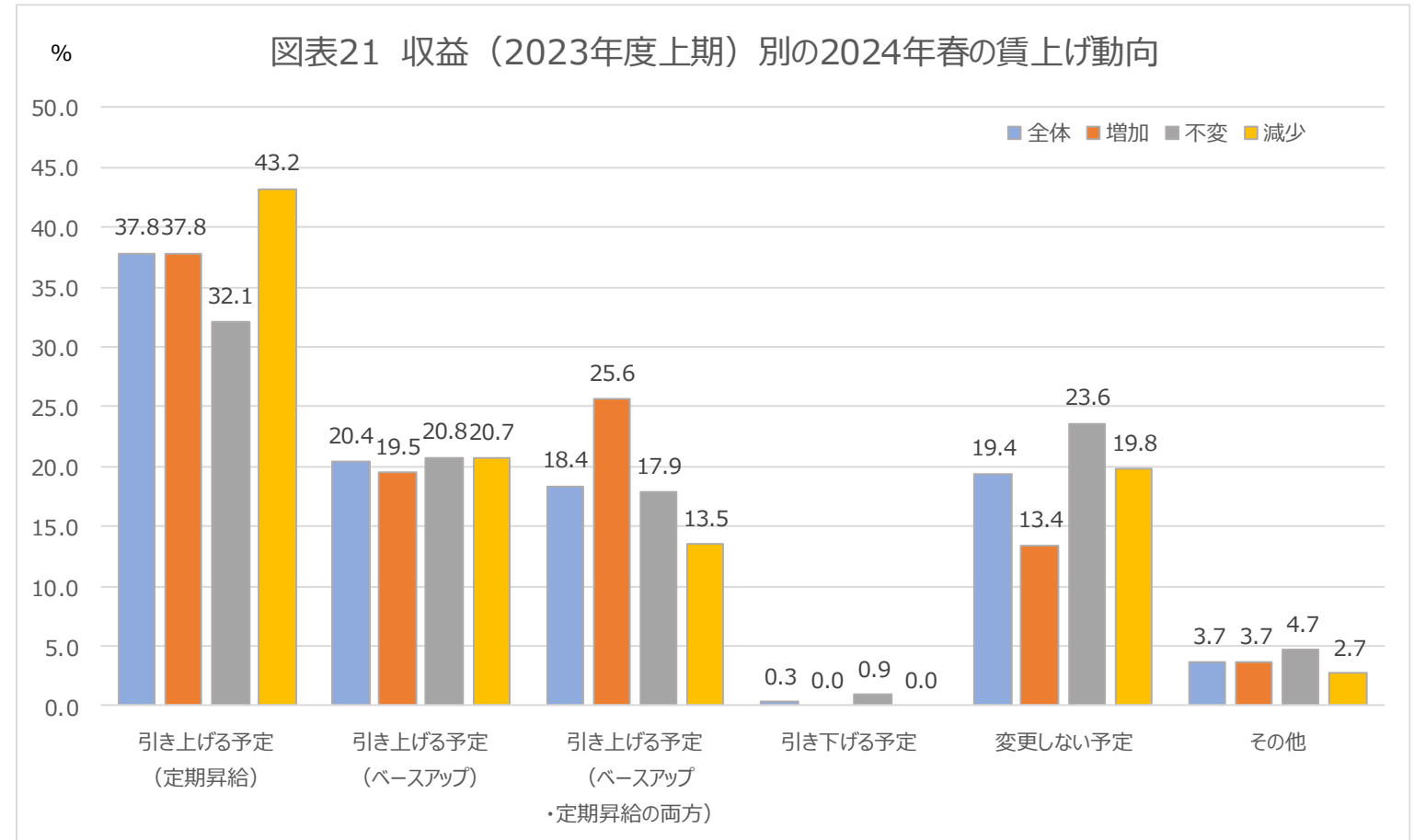
(単位：%)

	引き上げる 予定 (定期昇給)	引き上げる 予定 (ベースアップ)	引き上げる 予定 (ベースアップ・定期 昇給の両方)	引き下げる 予定	変更しない 予定	その他
全体	37.7	20.2	18.5	0.3	19.2	4.0
10億円以上	22.2	0.0	44.4	0.0	11.1	22.2
1億円以上10億円未満	38.2	20.6	38.2	0.0	0.0	2.9
5,000万円以上1億円未満	41.7	20.0	21.7	0.0	10.0	6.7
1,000万円以上5,000万円未満	39.3	21.9	13.7	0.5	22.4	2.2
1,000万円未満	12.5	12.5	6.3	0.0	62.5	6.3

B. 収益別

P10（図表8）の収益BSIにおける2023年度上期の収益状況（前期比で増加、不変、減少）別に2024年春の賃上げ動向について集計した。

2024年春の賃金について、「引き上げる予定（定期昇給）」「引き上げる予定（ベースアップ）」「引き上げる予定（ベースアップ・定期昇給の両方）」の賃上げを実施した合計は、収益が「増加」した企業の82.9%、「不変」の70.8%、「減少」の77.4%となった。「引き上げる予定（ベースアップ）」と「引き上げる予定（ベースアップ・定期昇給の両方）」を合わせたベースアップ実施予定割合は、収益が「増加」した企業の45.1%、「不変」の38.7%、「減少」の34.2%となっている（図表21）。収益状況に関わらず、雇用確保などの観点から、賃上げに取り組まざるを得ない状況がうかがえる。

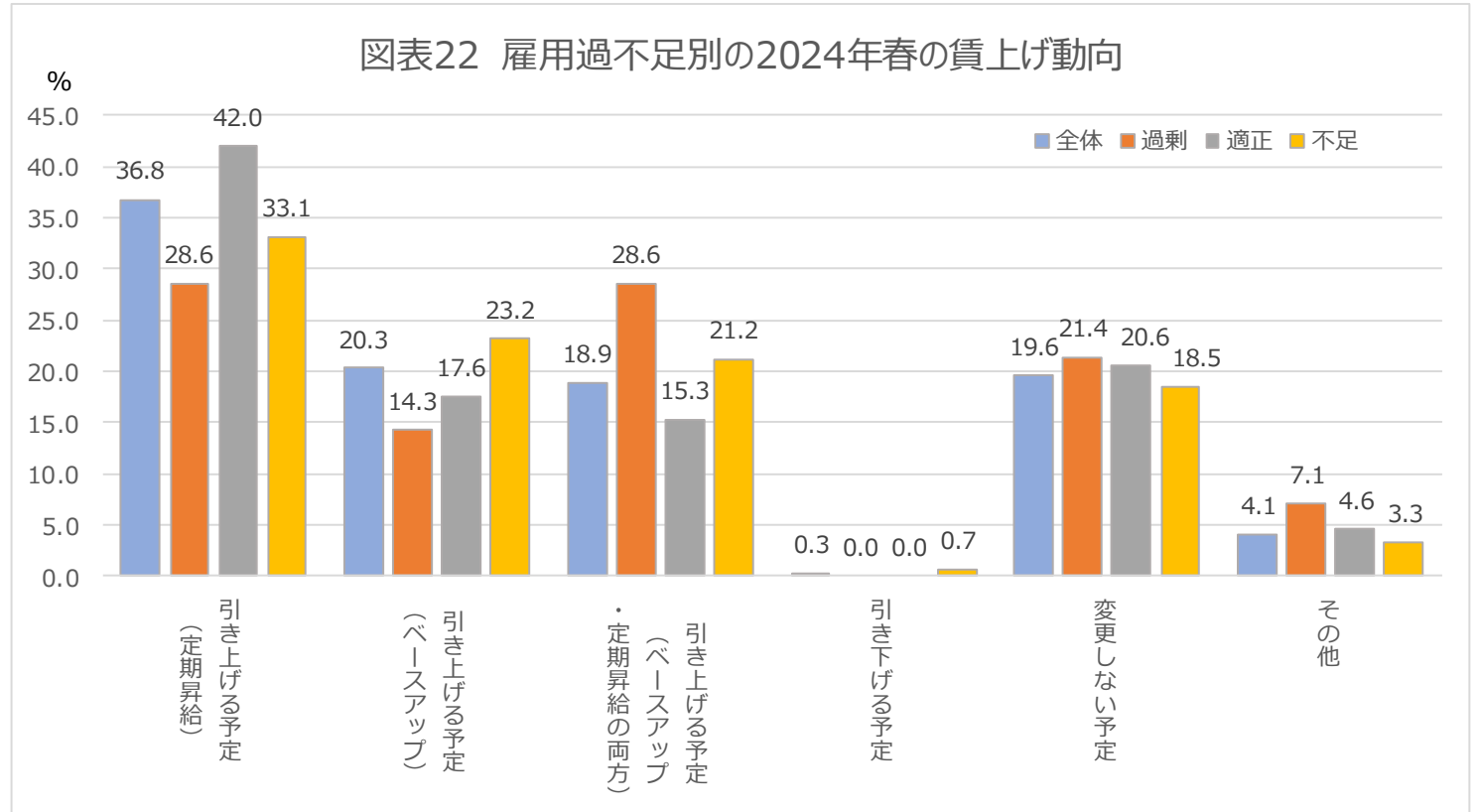


C. 雇用過不足別

P 16 (図表16) の雇用過不足BSIにおける2024年1月の過不足状況(過剰、適正、不足)別の2024年春の賃金について集計した。

2024年春の賃金について、「引き上げる予定(定期昇給)」「引き上げる予定(ベースアップ)」「引き上げる予定(ベースアップ・定期昇給の両方)」の賃上げを実施した合計は、雇用人員が「過剰」の企業の71.5%、「適正」の74.9%、「不足」の77.5%と、「不足」の企業がやや高い。ベースアップを行った企業の割合の合計は、雇用人員が「過剰」の42.9%、「適正」の32.9%、「不足」の44.4%であり、「不足」の企業では「適正」の企業に比べて高い(図表22)。雇用人員が不足している企業は、人員確保のためにベースアップ含めた賃上げに取り組んでいることがうかがわれる。

図表22 雇用過不足別の2024年春の賃上げ動向



(2) 賃上げ理由

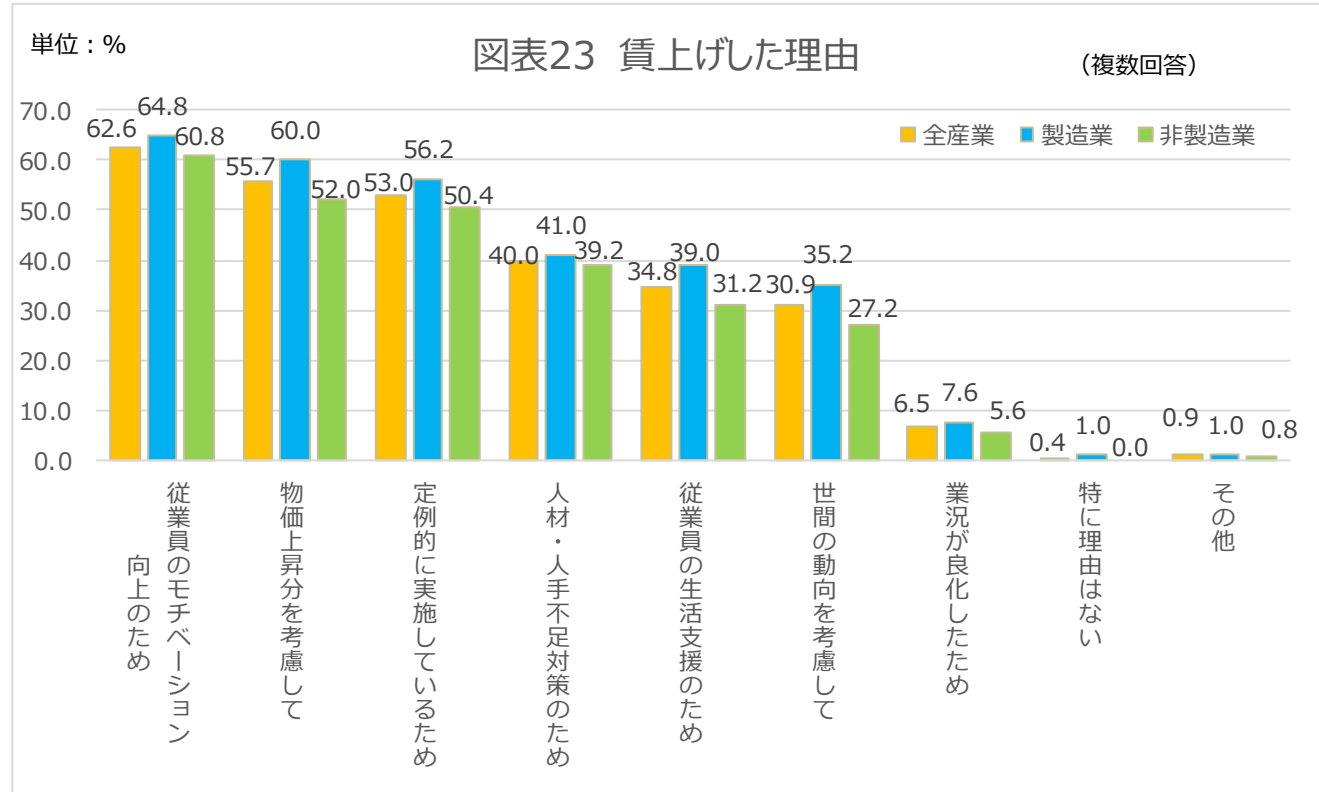
A.業種・資本金別

2024年春の賃金を「引き上げる予定」と回答した理由について

て、全産業で「従業員のモチベーション向上のため」62.6%、「物価上昇分を考慮して」55.7%、「定例的に実施しているため」53.0%などの順となった。従業員の士気向上に加え、物価上昇対策など従業員支援を目的に企業側が賃上げを行っていることがうかがえる結果となった。

「人材・人手不足対策のため」は40.0%、「業況が良化したため」は6.5%であり、業績に関わらず、人手不足対策のために賃上げを行った企業も多いものとみられる（図表23）。

資本金規模別にみると、「従業員のモチベーション向上のため」は「10億円以上」など4階層で、「物価上昇分を考慮して」は「10億円以上」と「1,000万円未満」で最も割合が高かった。「10億円以上」では「人材・人手不足対策のため」や「従業員の生活支援のため」の割合が他の階層に比べ高かった（図表24）。



図表24 賃上げした理由（資本金別）

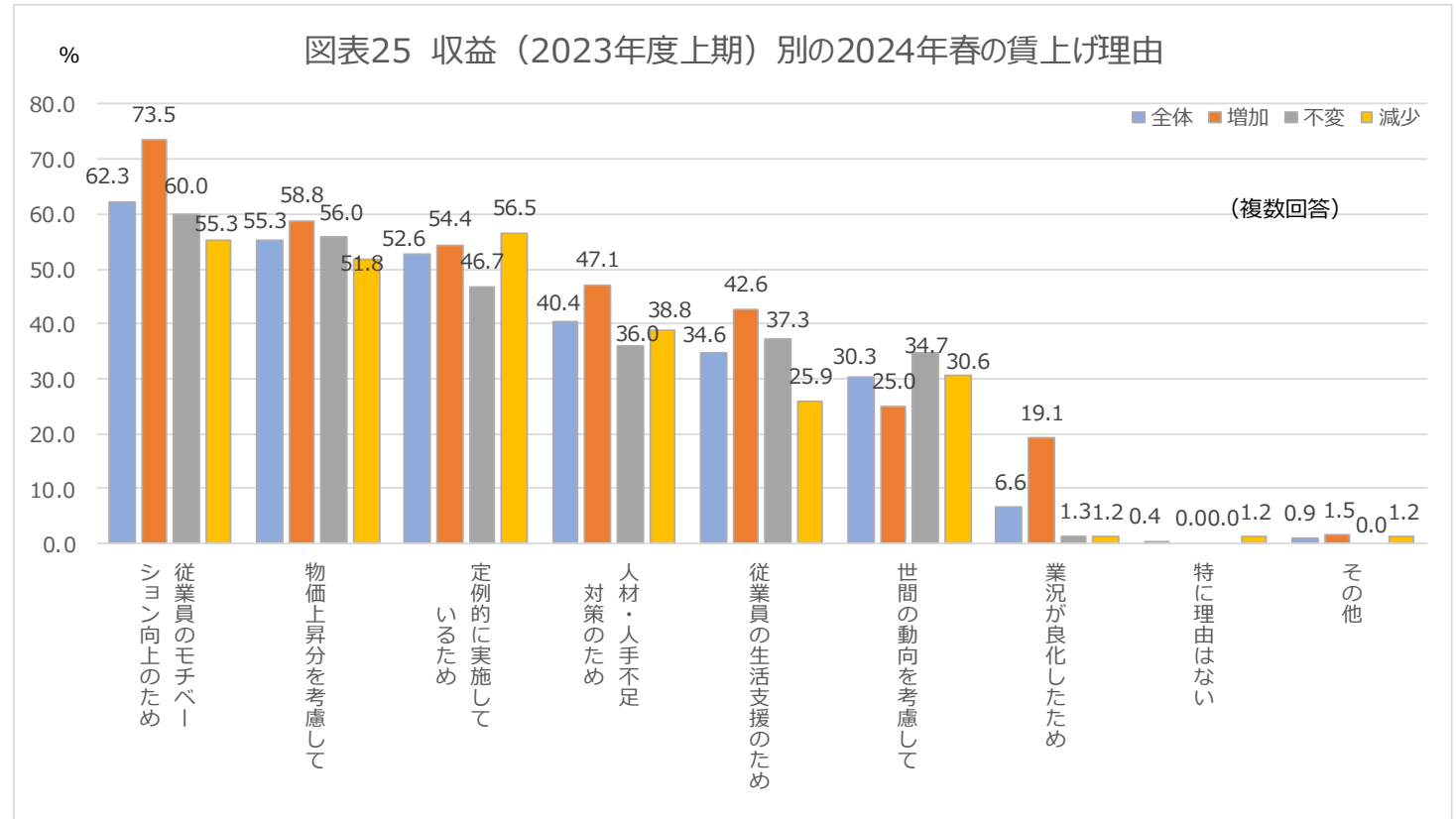
(複数回答、単位：社、％)

	回答企業数	従業員のモチベーション向上のため	物価上昇分を考慮して	定例的に実施しているため	人材・人手不足対策のため	従業員の生活支援のため	世間の動向を考慮して	業況が良化したため	特に理由はない	その他
全体	230	62.6	55.7	53.0	40.0	34.8	30.9	6.5	0.4	0.9
10億円以上	6	83.3	83.3	16.7	83.3	66.7	50.0	16.7	0.0	16.7
1億円以上10億円未満	33	75.8	63.6	51.5	33.3	39.4	42.4	6.1	0.0	3.0
5,000万円以上1億円未満	50	64.0	54.0	54.0	44.0	34.0	32.0	2.0	0.0	0.0
1,000万円以上5,000万円未満	136	59.6	52.2	55.9	37.5	33.1	27.2	8.1	0.7	0.0
1,000万円未満	5	20.0	80.0	20.0	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0

B. 収益別

P10（図表8）の収益BSIにおける2023年度上期の収益状況（前期比で増加、不変、減少）別に2024年春の賃上げ理由について集計した。

2024年春の賃金を「引き上げる予定」と回答した理由について、収益が「増加」と「不変」の階層は「従業員のモチベーション向上のため」、「減少」は「定例的に実施しているため」の割合が高く、「物価上昇分を考慮して」はいずれの階層でも50%を超えた。収益状況に関わらず賃上げは、物価上昇などに対する従業員支援として行われている面がみられる。「人材・人手不足対策のため」は「増加」の企業で47.1%と5割近くが回答するなど、いずれの階層でも3割を超えている（図表25）。今般の賃上げは収益状況を問わず、人材確保の必要性などから待遇改善に取り組まなければならない企業も多いものと考えられる。



2. 賞与

(1) 賞与動向

A. 業種・資本金別

2023年度冬季賞与等の一時金支給実績は、全産業で「支給した・支給する予定」が94.0%（前年比+0.4%）となった。製造業は93.9%（同△0.1%）、非製造業では94.2%（同+0.9%）と、非製造業で前年をやや上回った（図表26）。

資本金別にみると、「支給した・支給する予定」は「10億円以上」と「1億円以上10億円未満」が100.0%であった（図表27）。

また、2023年度冬季賞与の支給月数を全産業でみると、2022年度冬季と比較して「支給月数を増やした」と「2022年度冬季は支給しなかった」を合わせて30.3%と3割を超える企業が支給月数を増やしている。支給月数を減らした企業割合は製造業が18.7%と非製造業をやや上回った（図表28）。

図表27 2023年度冬季賞与等の一時金支給実績（資本金別）（単位：%）

	支給した・支給する予定	支給しない
全体	94.0	6.0
10億円以上	100.0	0.0
1億円以上10億円未満	100.0	0.0
5,000万円以上1億円未満	95.0	5.0
1,000万円以上5,000万円未満	94.5	5.5
1,000万円未満	68.8	31.3

図表26 冬季賞与等の一時金支給実績（単位：%、ポイント）

	支給した・支給する予定		前年比
	2022年度冬季 (2023年 1月調査)	2023年度冬季 (2024年 1月調査)	
全産業	93.6	94.0	0.4
製造業	94.0	93.9	△0.1
飲食料品	90.0	90.9	0.9
繊維・繊維製品	85.7	76.9	△8.8
木材・木製品	100.0	100.0	0.0
紙・紙加工品	80.0	100.0	20.0
化学	100.0	100.0	0.0
窯業・土石製品	87.5	80.0	△7.5
鉄鋼・非鉄金属製品	100.0	100.0	0.0
はん用・生産用・業務用機械	100.0	100.0	0.0
電気機械	90.0	100.0	10.0
電子部品・デバイス	100.0	88.9	△11.1
輸送用機械	100.0	100.0	0.0
その他製造業	93.3	95.5	2.2
非製造業	93.3	94.2	0.9
建設業	94.1	100.0	5.9
運輸業	91.7	90.9	△0.8
情報通信	100.0	100.0	0.0
卸・小売業	97.5	95.9	△1.6
サービス業	86.7	85.7	△1.0
その他非製造業	83.3	100.0	16.7

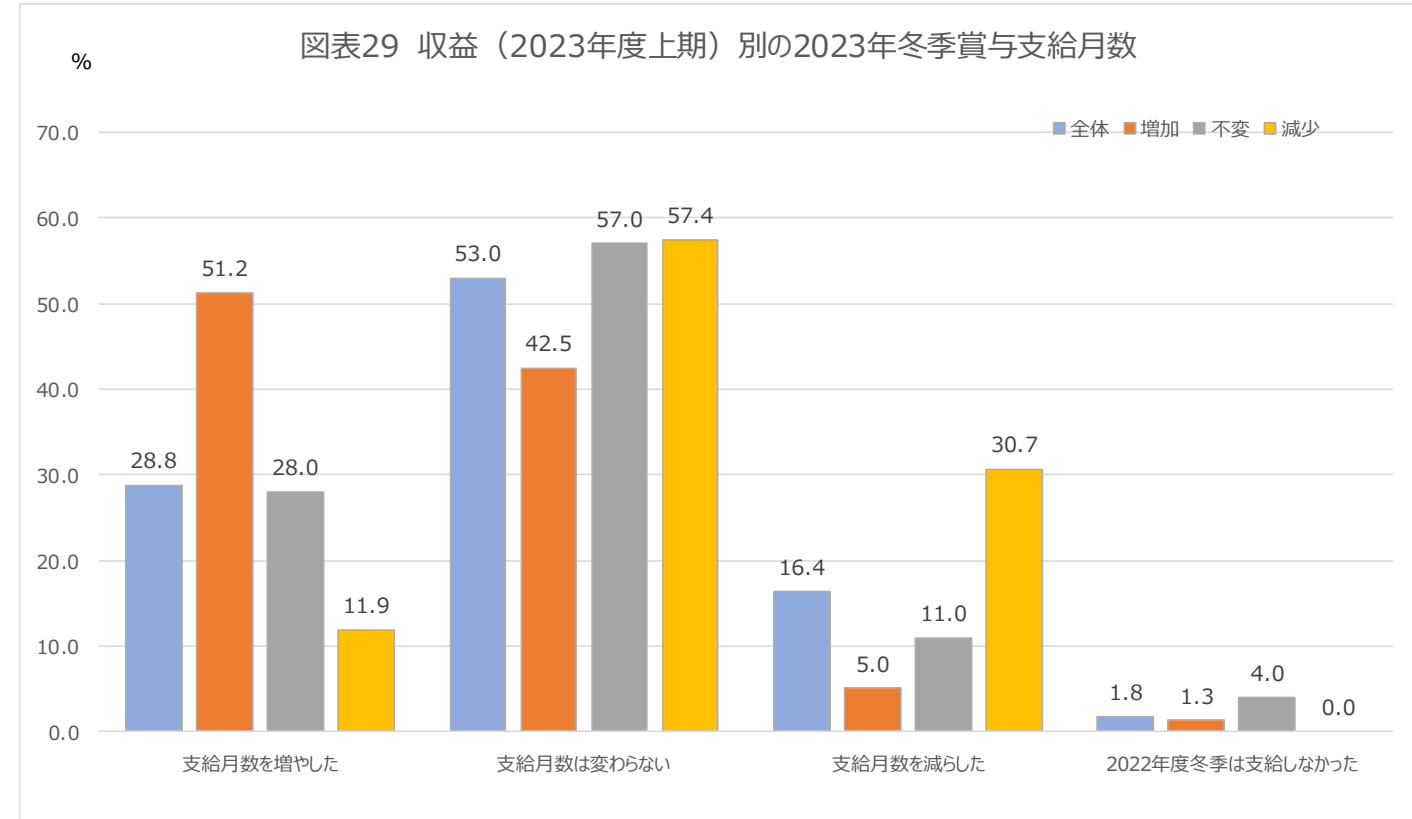
図表28 2022年度冬季と比較した賞与の支給月数（単位：%）

	支給月数を増やした	支給月数は変わらない	支給月数を減らした	2022年度冬季は支給しなかった
全産業	28.5	53.5	16.2	1.8
製造業	29.3	52.0	18.7	0.0
非製造業	28.0	54.7	14.3	3.1

B. 収益別

P10（図表8）の収益BSIにおける2023年度上期の収益状況（前期比で増加、不変、減少）別に2023年冬季賞与の支給月数について集計した。

「支給月数を増やした」企業割合は、収益が「増加」した企業の51.2%、「不変」の28.0%、「減少」の11.9%と、収益状況が良いほど高い。「支給月数を減らした」企業割合については、「増加」が5.0%、「不変」が11.0%であるのに対し、「減少」は30.7%と3割を超えている（図表29）。賃上げに関しては、従業員支援や人材確保などを目的に収益状況に関わらず実施されているが、賞与については収益が「増加」した企業ほど支給月数を増やしていること、「減少」した企業ほど支給月数を減らしているという明確な違いがある。

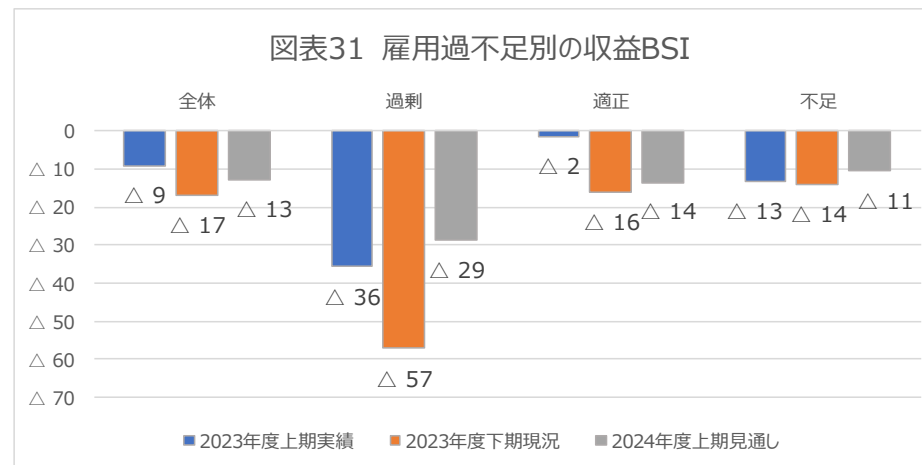
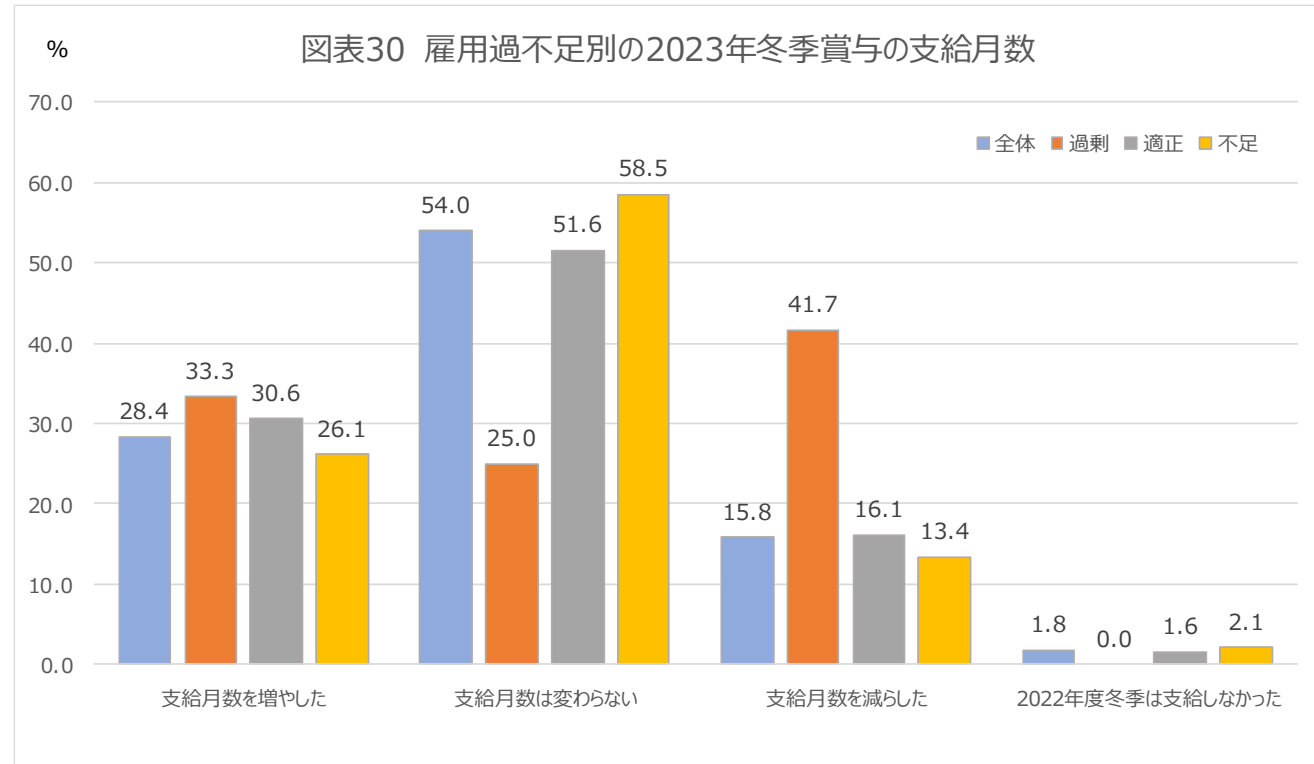


C. 雇用過不足別

P 16 (図表16) の雇用過不足BSIにおける2024年1月の過不足状況(過剰、適正、不足)別の2023年冬季賞与の支給月数について集計した。

「支給月数を増やした」の企業割合は、雇用人員が「過剰」の企業の33.3%、「適正」の30.6%、「不足」の26.1%となっており、雇用人員が過剰となっている企業において支給月数を増やしている割合が他の階層に比べやや高い。一方、「支給月数を減らした」の企業割合は、雇用人員が「適正」の企業の16.1%、「不足」の13.4%に対し、「過剰」では41.7%と他の階層に比べ著しく高い(図表30)。

雇用過不足が「過剰」である企業における収益BSIは、2023年度下期現況において△57とマイナス値が大きい(図表31)。雇用人員が過剰な企業では収益が低下していることで、賞与支給月数を減らしている企業が多いものと考えられる。



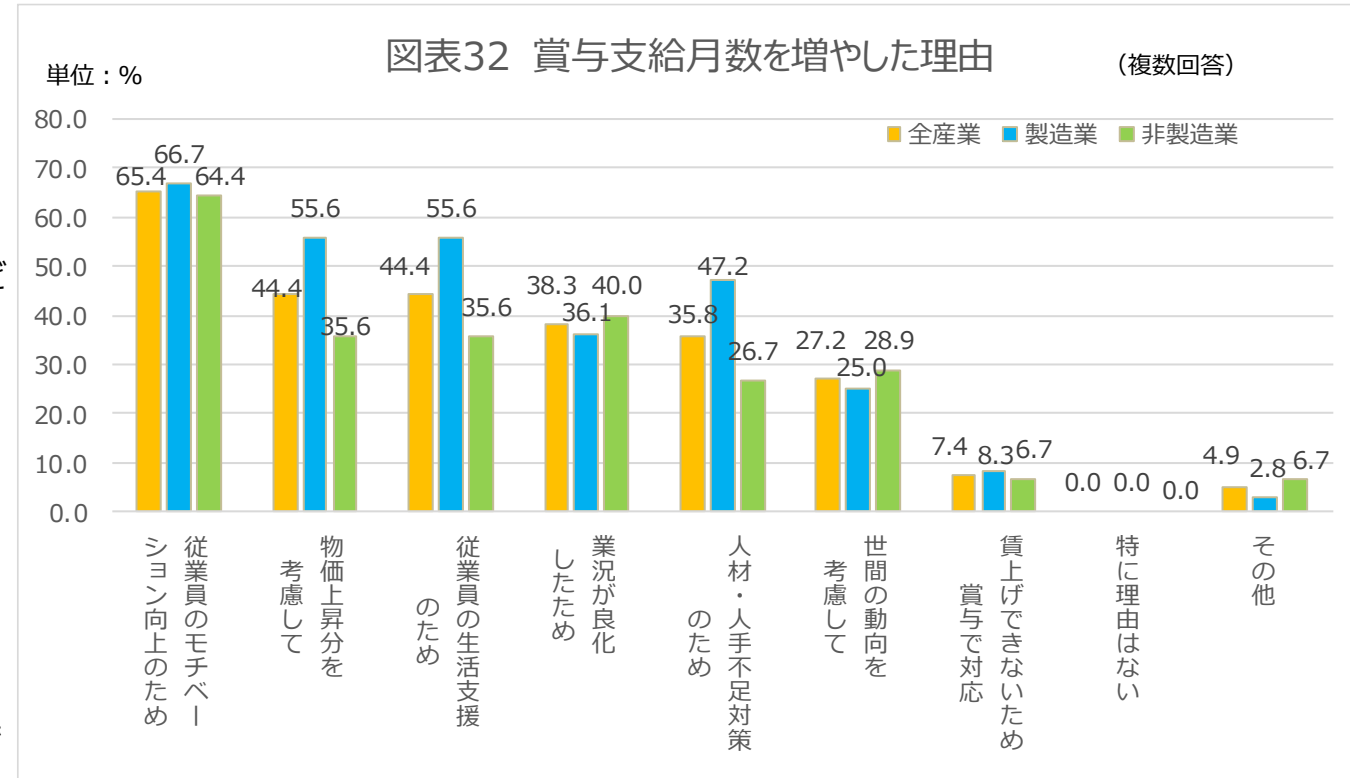
(2) 賞与支給月数を増やした理由

A. 業種・資本金別

2023年度冬季賞与等の支給月数を増やした理由については、全産業で「従業員のモチベーション向上のため」65.4%、「物価上昇分を考慮して」44.4%、「従業員の生活支援のため」44.4%などの順となり、賃上げ理由と第1、2位は同じとなっている。「業況が良化したため」は賃上げ理由として10%以下であるのに対し、賞与支給月数を増やす理由としては40%近くであり、「賃上げできないため賞与で対応」が7.4%であることも含め、業況の良化に対しては、従業員に賞与で対応するという企業が多いものとみられる。

「人材・人手不足対策のため」は賃上げ理由として製造業・非製造業の間にあまり差はないが、賞与支給月数を増やす理由としては、製造業が47.2%と非製造業を約20%上回っており、製造業では人手不足対策のために賃上げに加えて、賞与引き上げでも対応している企業が多くみられた（図表32）。

資本金規模別にみると、「1億円以上10億円未満」など3階層では「従業員のモチベーション向上のため」の割合が最も高かった。「賃上げできないため賞与で対応」は「5,000万円以上1億円未満」と「1,000万円以上5,000万円」未満の企業に置いて10%近くの回答があった（図表33）。



図表33 賞与支給月数を増やした理由 (資本金別)

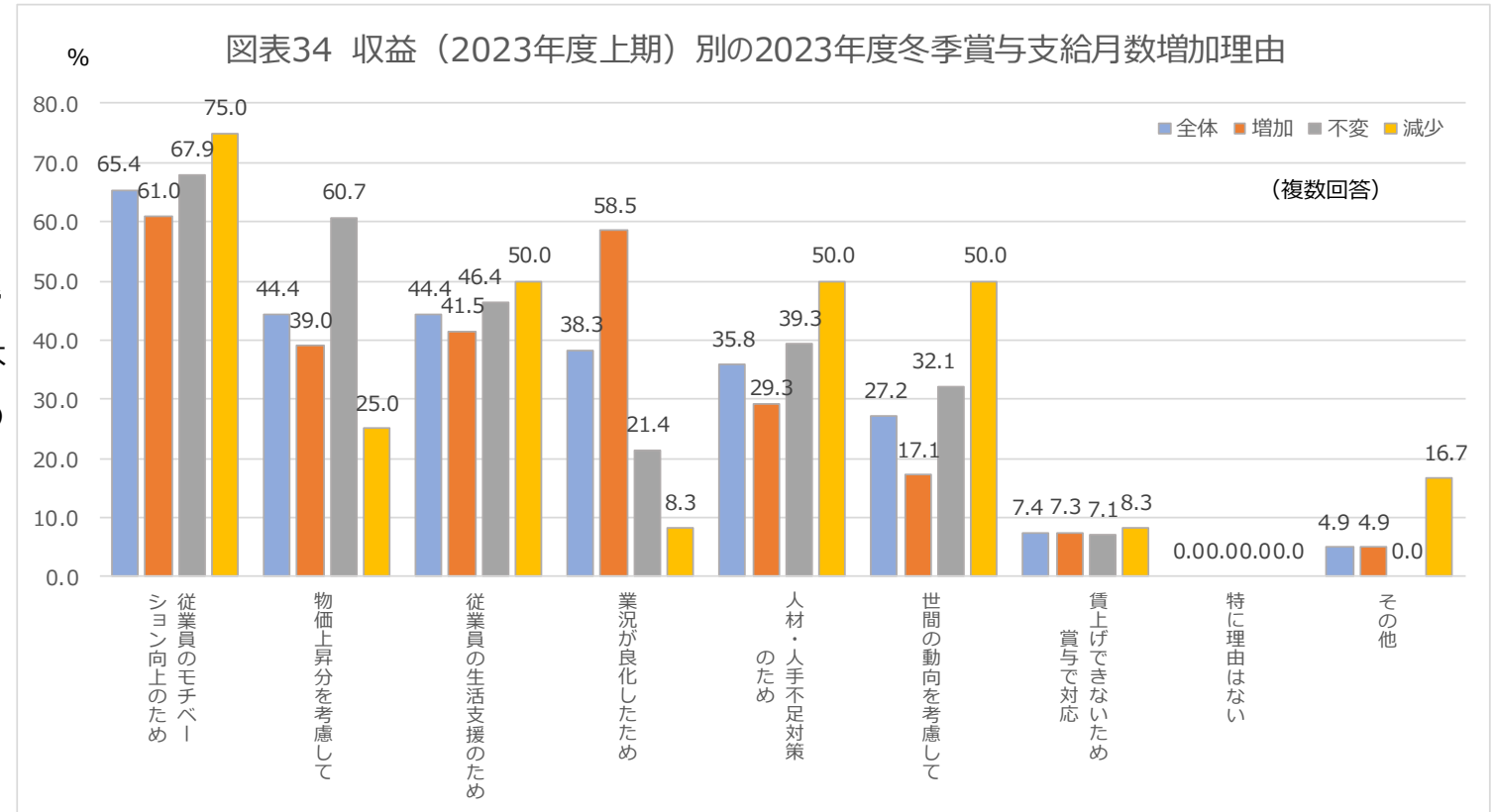
(複数回答、単位：社、%)

	回答企業数	従業員のモチベーション向上のため	物価上昇分を考慮して	従業員の生活支援のため	業況が良化したため	人材・人手不足対策のため	世間の動向を考慮して	賃上げできないため賞与で対応	特に理由はない	その他
全体	81	65.4	44.4	44.4	38.3	35.8	27.2	7.4	0.0	4.9
10億円以上	5	80.0	60.0	20.0	100.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
1億円以上10億円未満	9	77.8	33.3	44.4	11.1	33.3	22.2	0.0	0.0	22.2
5,000万円以上1億円未満	21	66.7	52.4	52.4	33.3	42.9	33.3	9.5	0.0	4.8
1,000万円以上5,000万円未満	45	62.2	40.0	44.4	40.0	33.3	28.9	8.9	0.0	2.2
1,000万円未満	1	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

B.収益別

P10（図表8）の収益BSIにおける2023年度上期の収益状況（前期比で増加、不変、減少）別に2023年冬季賞与の支給月数について集計した。

2023年度冬季賞与等の支給月数を増やした理由については、収益が「増加」した企業では、「従業員のモチベーション向上のため」とともに「業況が良化したため」の割合が6割近くとなっている。一方、「減少」した企業では、「世間の動向を考慮して」が50.0%と他の階層に比べ高く、「従業員のモチベーション向上のため」「人材・人手不足対策のため」が他の階層よりも高いことを含めて、収益状況に関わらず、人材定着のため賞与アップに取り組んでいることがうかがわれる（図表34）。



VI 経営上の課題

企業が抱える経営上の課題は、全産業で「人材・人員の確保」が70.8%で最も高く、次いで「売上の確保」が69.8%、「資材などの仕入価格上昇」57.2%などが続いた。「人材・人員の確保」は製造業・非製造業とも70%前後が回答しており、業種を問わず企業の大きな経営課題となっている。

製造業では、原材料価格高騰に関連する項目の回答割合が非製造業に比べ高く、「資材などの仕入価格上昇」74.8%（非製造業比+30.7%）が最も高かった。「電気料金の変動」54.2%（同+28.9%）も非製造業に比べ高い。非製造業では「人材・人員の確保」が74.1%と最も高かった（図表35）。

図表35 企業が抱える経営上の課題

（複数回答、単位：社、%）

	回答企業数	人材・人員の確保	売上の確保	資材などの仕入価格上昇	原油価格の変動	電気料金の変動	設備の老朽化	他社との競争	人件費の上昇	資金繰り	事業承継	為替レート	在庫水準	商品・サービスの低下	輸入品との競争	風評被害の影響
全産業	301	70.8	69.8	57.5	38.2	37.9	36.5	35.5	35.2	15.3	15.0	10.0	8.0	5.3	3.3	2.7
製造業	131	66.4	67.2	74.8	40.5	54.2	47.3	22.9	31.3	16.0	16.0	18.3	8.4	6.9	7.6	1.5
飲食料品	21	47.6	66.7	90.5	57.1	57.1	61.9	9.5	23.8	14.3	9.5	9.5	4.8	4.8	0.0	4.8
繊維・繊維製品	13	69.2	61.5	84.6	46.2	53.8	38.5	7.7	69.2	23.1	23.1	38.5	7.7	0.0	30.8	0.0
木材・木製品	7	57.1	85.7	100.0	71.4	57.1	57.1	42.9	28.6	28.6	0.0	14.3	28.6	42.9	14.3	0.0
紙・紙加工品	8	62.5	87.5	75.0	37.5	37.5	62.5	37.5	50.0	0.0	25.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0
化学	8	62.5	50.0	75.0	50.0	50.0	62.5	12.5	37.5	0.0	12.5	37.5	12.5	0.0	25.0	0.0
窯業・土石製品	5	20.0	100.0	80.0	40.0	40.0	60.0	20.0	0.0	60.0	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属製品	11	90.9	81.8	54.5	27.3	72.7	27.3	45.5	18.2	9.1	9.1	18.2	0.0	9.1	9.1	0.0
はん用・生産用・業務用機械	6	100.0	50.0	83.3	33.3	33.3	16.7	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械	12	75.0	58.3	66.7	33.3	50.0	50.0	16.7	33.3	25.0	41.7	8.3	0.0	8.3	8.3	0.0
電子部品・デバイス	9	77.8	88.9	44.4	11.1	55.6	44.4	33.3	66.7	11.1	0.0	11.1	11.1	22.2	0.0	0.0
輸送用機械	9	88.9	77.8	88.9	66.7	66.7	44.4	22.2	22.2	33.3	22.2	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0
その他製造業	22	59.1	45.5	63.6	22.7	54.5	40.9	27.3	13.6	4.5	13.6	22.7	9.1	4.5	4.5	4.5
非製造業	170	74.1	71.8	44.1	36.5	25.3	28.2	45.3	38.2	14.7	14.1	3.5	7.6	4.1	0.0	3.5
建設業	31	90.3	77.4	58.1	19.4	6.5	6.5	58.1	19.4	3.2	12.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
運輸業	11	81.8	100.0	45.5	90.9	27.3	45.5	27.3	54.5	54.5	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
情報通信	3	66.7	33.3	33.3	33.3	33.3	33.3	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	73	68.5	69.9	42.5	38.4	34.2	31.5	50.7	42.5	17.8	16.4	8.2	17.8	6.8	0.0	5.5
サービス業	42	66.7	73.8	42.9	33.3	23.8	33.3	31.0	38.1	9.5	16.7	0.0	0.0	4.8	0.0	4.8
その他非製造業	10	90.0	40.0	20.0	30.0	20.0	30.0	40.0	40.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Ⅶ 県外・海外市場への進出状況

経済の広域化が進み、企業活動は県境を越え、県外・海外へと拡大してきている。人口減少が進む中、企業活動は、今後も県外・海外市場への進出が選択肢となってくる。そこで本章では、県外・海外市場への進出状況について、アンケート調査を実施した。

1. 県外市場

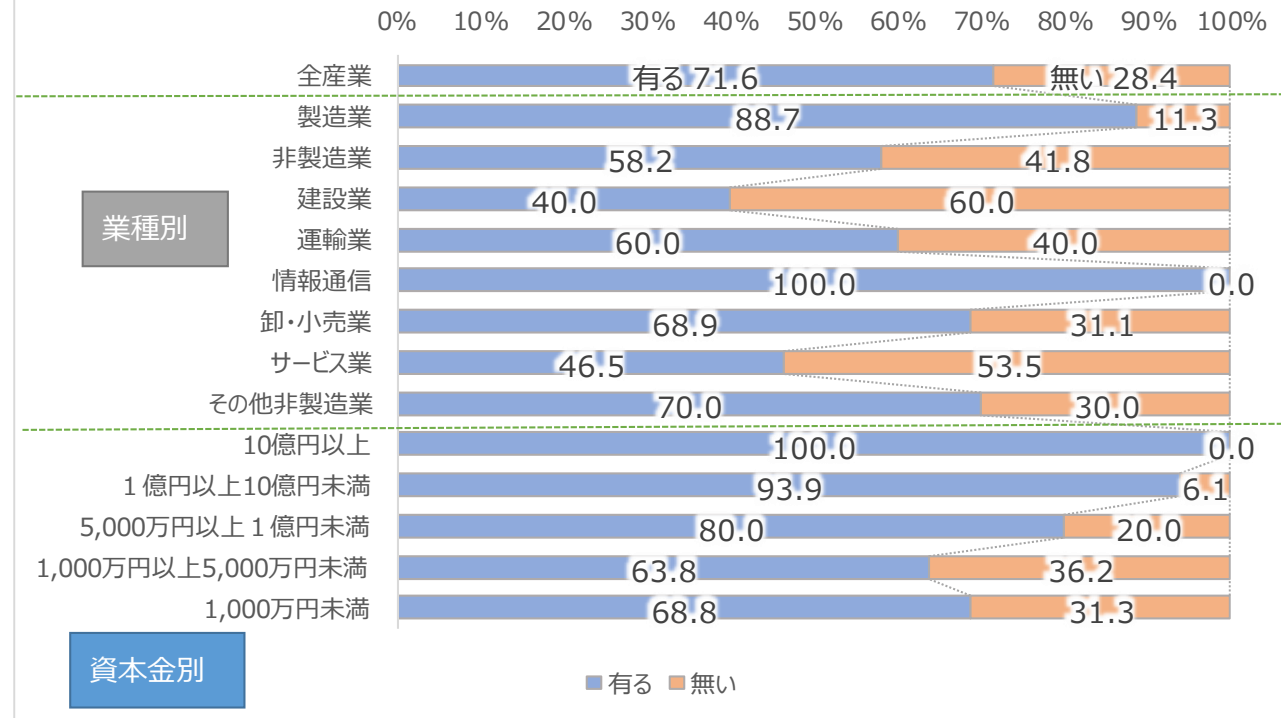
(1) 県外取引先の有無

県外（国内）の取引先または顧客の有無について尋ねた。

A. 業種別

全産業では、「有る」の回答は71.6%と、約7割の企業は県外取引先を有している。ただし、製造業・非製造業別にみると、製造業が88.7%と9割近いのに対し、非製造業は58.2%と約6割にとどまる。非製造業は、建設業など地域に密着した企業活動を中心とする業種もあり、製造業に比べ県外進出した企業の割合は低めとなっている（図表36）。

図表36 県外取引先（顧客）の有無



B. 資本金別

「10億円以上」100.0%、「1億円以上10億円未満」93.9%など資本金規模が大きい階層ほど県外取引先を有する割合が高い。県内企業の多くを占める「1,000万円以上5,000万円未満」は63.8%と6割の企業が県外取引先を有している（図表36）。

(2) 県外取引先の売上に占める割合

県外（国内）取引先または顧客を有すると回答した企業に、県外取引先の売上高に占める割合を尋ねた。

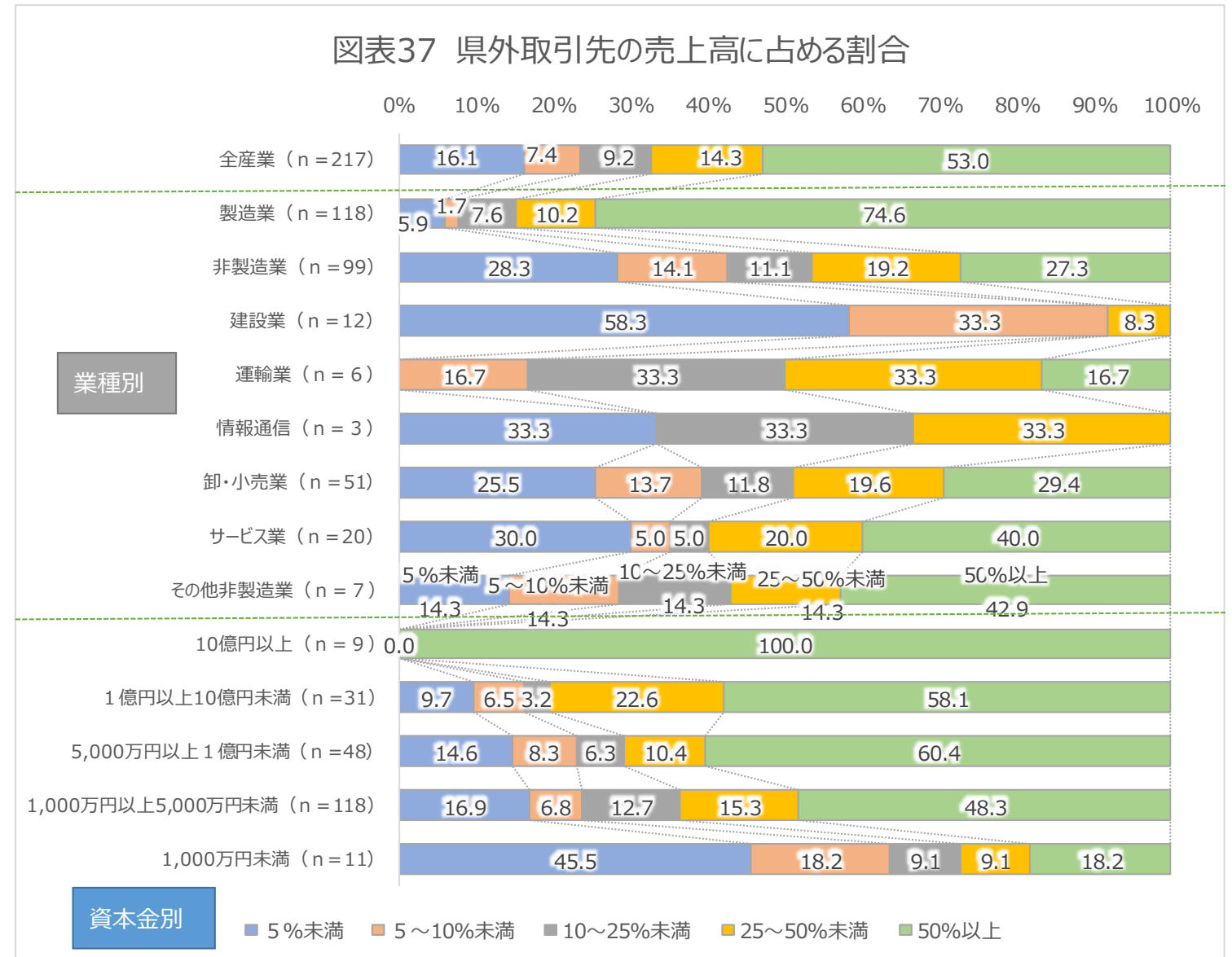
A.業種別

全産業で最も高い割合は「50%以上」の53.0%であり、県外取引先を有する企業の半数は県外取引による売上が半分以上を占めていることになる。一方、「5%未満」は16.1%であり、県外取引先は有するものの、あまり売上高に大きな比重を占めていない企業も存在する。

製造業・非製造業別にみると、「50%以上」の割合は、製造業が74.6%、非製造業が27.3%と47.3%の差がある。一方、非製造業では「5%未満」が28.3%、「5～10%未満」が14.1%と、約4割が10%未満であり、製造業に比べ県外取引先への依存度は低い（図表37）。

B.資本金別

「10億円以上」はすべて「50%以上」と回答があり、県外取引が売上高に占める割合が高い。「5%未満」は「1,000万円未満」が45.5%、「1,000万円以上5,000万円未満」が16.9%など規模が小さい階層での割合が高かった（図表37）。



(3) 県外市場に進出した時期

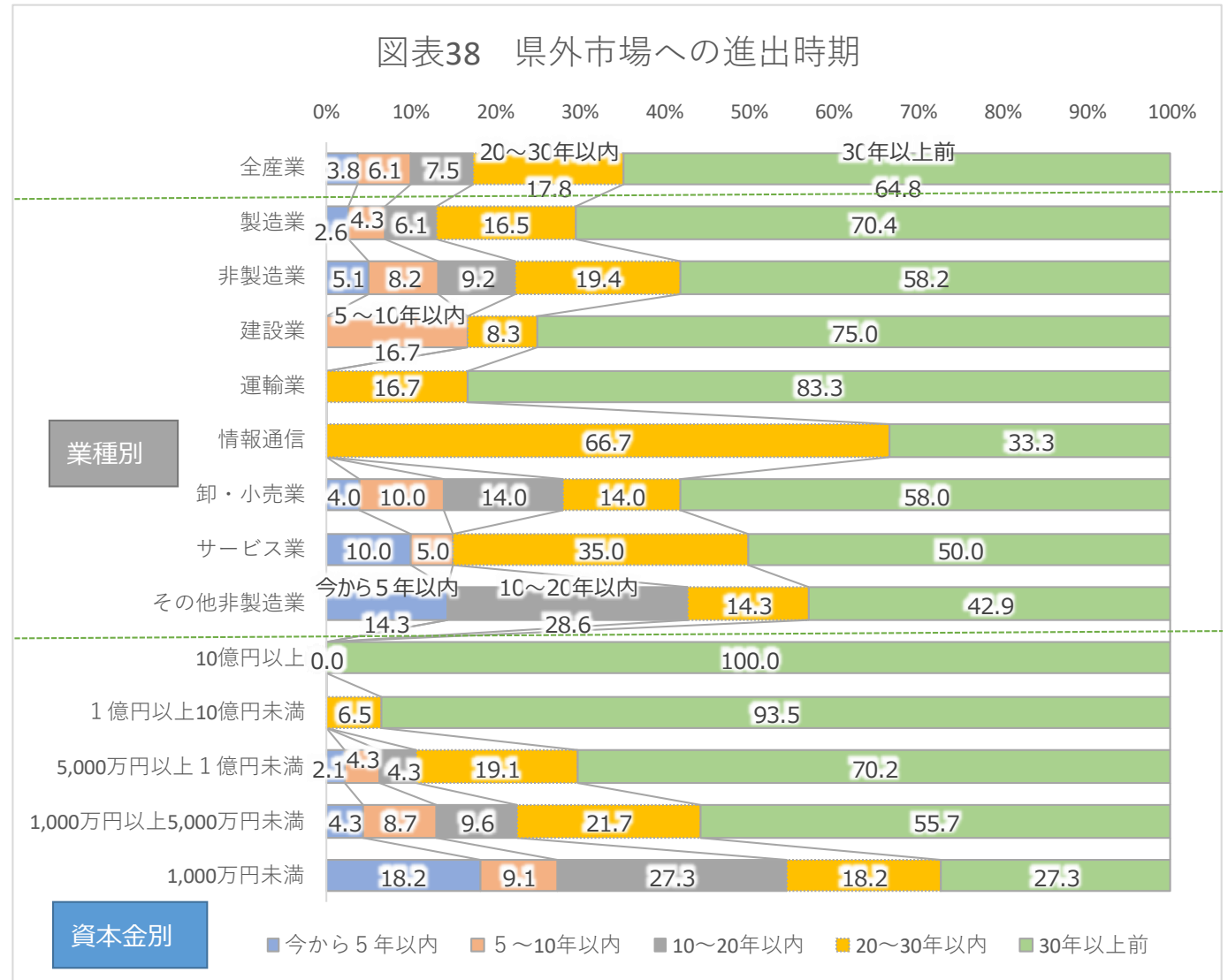
県外（国内）取引先または顧客を有すると回答した企業に、県外市場への進出時期について尋ねた。

A. 業種別

全産業で最も高い割合は「30年以上前」の64.8%であり、「20～30年以内」の17.8%と合わせると、8割以上は20年以上前に進出している。

製造業・非製造業別にみると、20年以上前の合計は製造業が86.9%、非製造業が77.6%と、製造業は約9割、非製造業は約8割を占め、県外に取引先を有する企業の多くは早い時期に進出している。ただし、非製造業の中では、「30年以上前」に進出している割合について、「運輸業」83.3%、「建設業」75.0%に対し、「その他非製造業」42.9%、「サービス業」50.0%など、早くから県外進出している割合が高い業種と、比較的近年に県外進出している企業割合が一定数ある業種に分かれている（図表38）。

業種による創業年代構成比の違いがあり、バブル崩壊後（1991年以降）の構成比が「その他非製造業」20.0%、「サービス業」14.3%に対し、「運輸業」0.0%、「建設業」3.4%と小さいこともあり、業種としての差があらわれているものと思われる（図表39）。



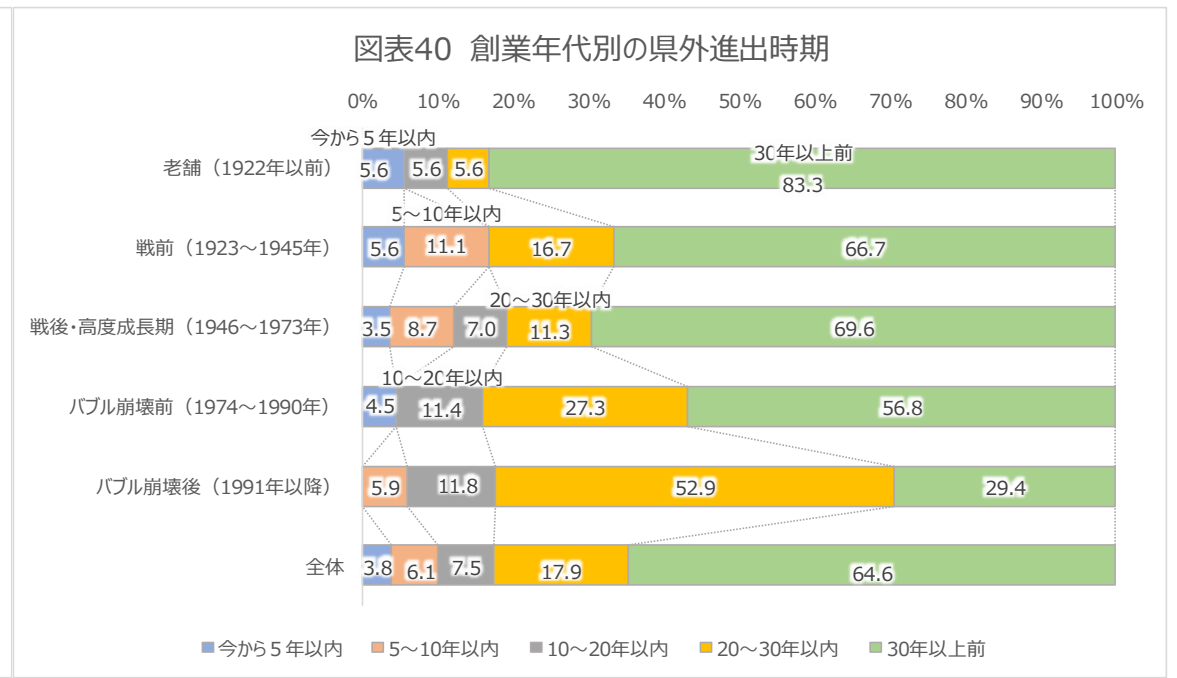
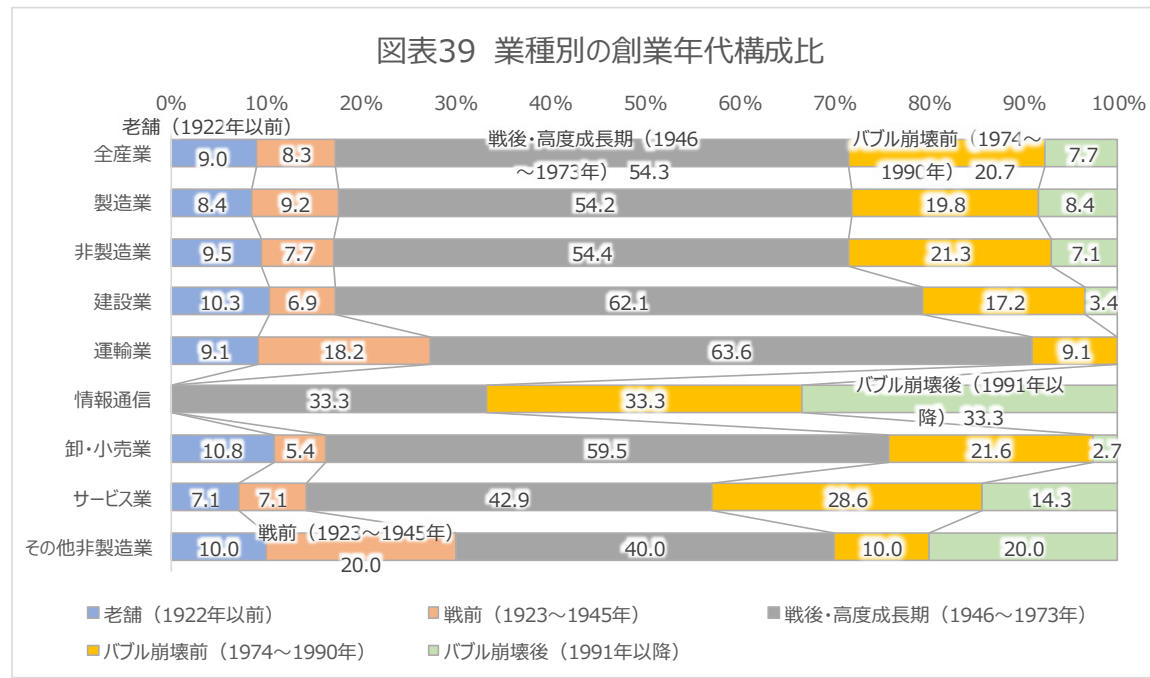
B.資本金別

「30年以上前」から進出しているのは、「10億円以上」100.0%、「1億円以上10億円未満」93.5%など、規模が大きくなるほど進出した時期が早い割合が高い（図表38）。

C.創業年代別

創業年を老舗（1922年以前：101年前以上）、戦前（1923～1945年：78～100年前）、戦後・高度成長期（1946～1973年：50～77年前）、バブル崩壊前（1974～1990年：34～49年前）、バブル崩壊後（1991年以降：32年前以下）の5つの年代階層に分けて、県外進出時期を集計した。

バブル崩壊後を除いた4階層において、「30年以上前」が最も割合が高く、老舗においては「30年以上前」が8割を超えた。最も古くても32年前が創業年である「30年以上前」を別にすれば、創業年代階層を問わず、古くから県外市場に進出している（図表40）。

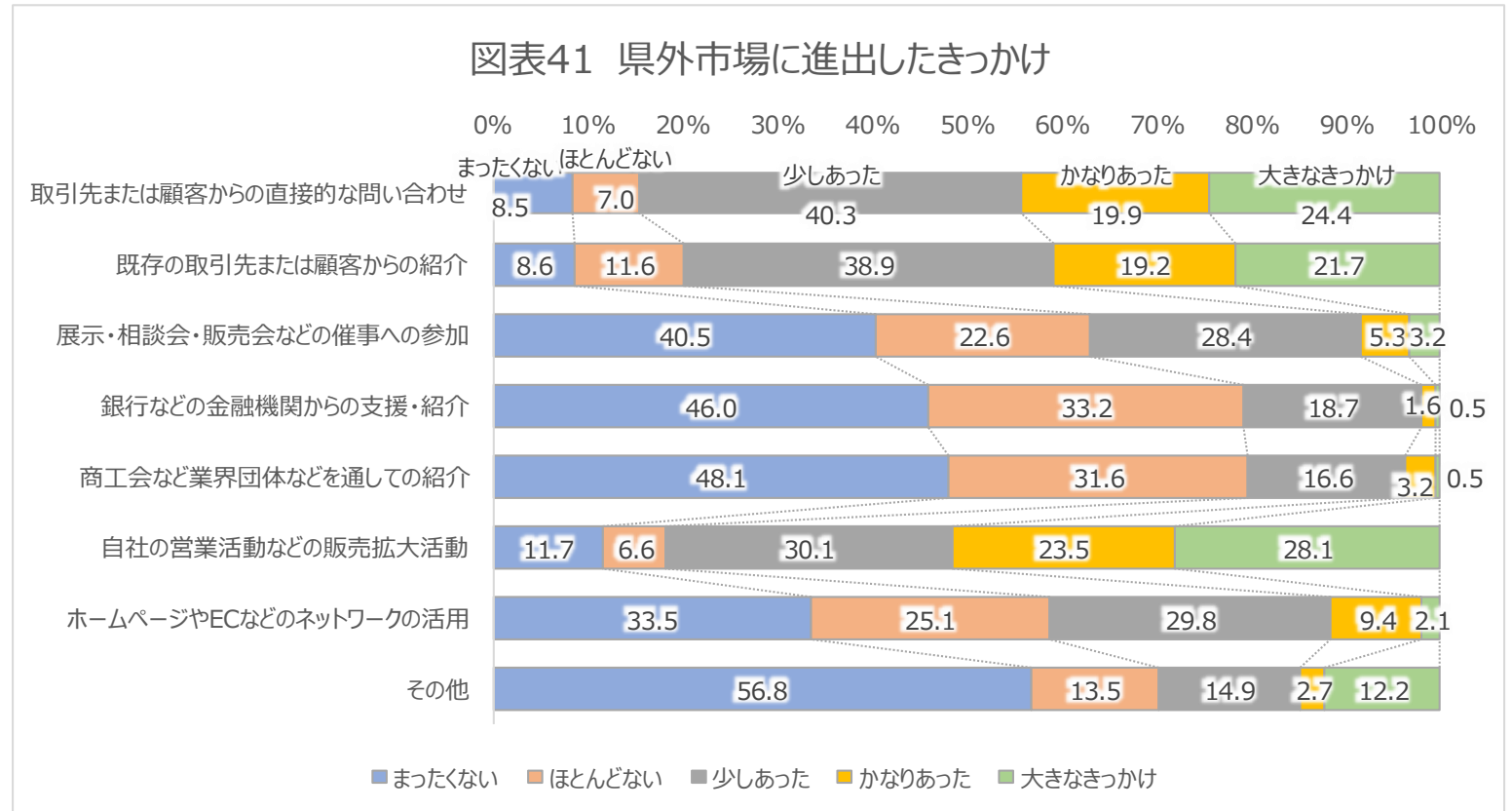


(4) 県外市場に進出したきっかけ

県外（国内）取引先または顧客を有すると回答した企業に、県外市場に進出したきっかけについて、項目別に影響度合を尋ねた。

「大きなきっかけ」の割合が高い項目は、「自社の営業活動などの販売拡大活動」28.1%、「取引先または顧客からの直接的な問い合わせ」24.4%、「既存の取引先または顧客からの紹介」21.7%などである。

一方、「まったくない」の割合が高い項目は「商工会など業界団体などを通しての紹介」48.1%、「銀行など金融機関からの支援・紹介」46.0%などである。自社の営業活動や取引先側からの問合せといった、当事者側の能動的な取引拡大の動きが県外市場進出へのきっかけとなりやすく、金融機関や業界団体など第三者からの紹介は、大きくは影響していない（図表41）。

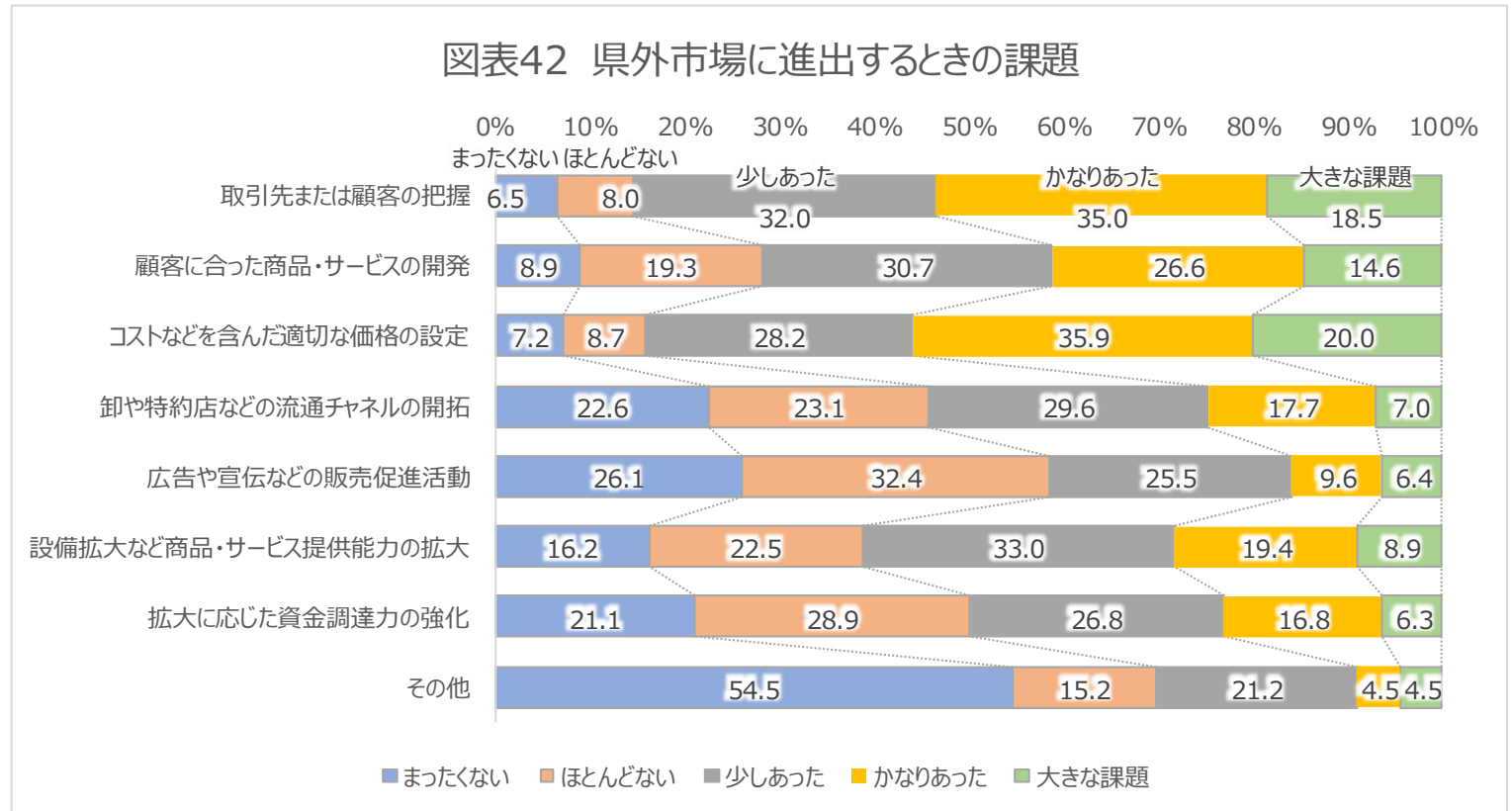


(5) 県外市場に進出するときの課題

県外（国内）取引先または顧客を有すると回答した企業に、県外市場に進出するときの課題について、項目別に影響度合を尋ねた。

「大きな課題」と「かなりあった」と課題が大きかった割合が高い項目は、合わせて「コストなどを含んだ適切な価格の設定」が55.9%、「取引先または顧客の把握」が53.5%と、半数以上の企業において影響度合いが大きい。

一方、「まったくない」と「ほとんどない」の割合が高い項目は、合わせて「広告や宣伝などの販売促進活動」が58.5%、「拡大に応じた資金調達力の強化」が50.0%となっており、半数の企業においては影響度合いがほぼ無い（図表42）。



2. 海外市場

(1) 海外取引先の有無

海外の取引先または顧客の有無について尋ねた。

A. 業種別

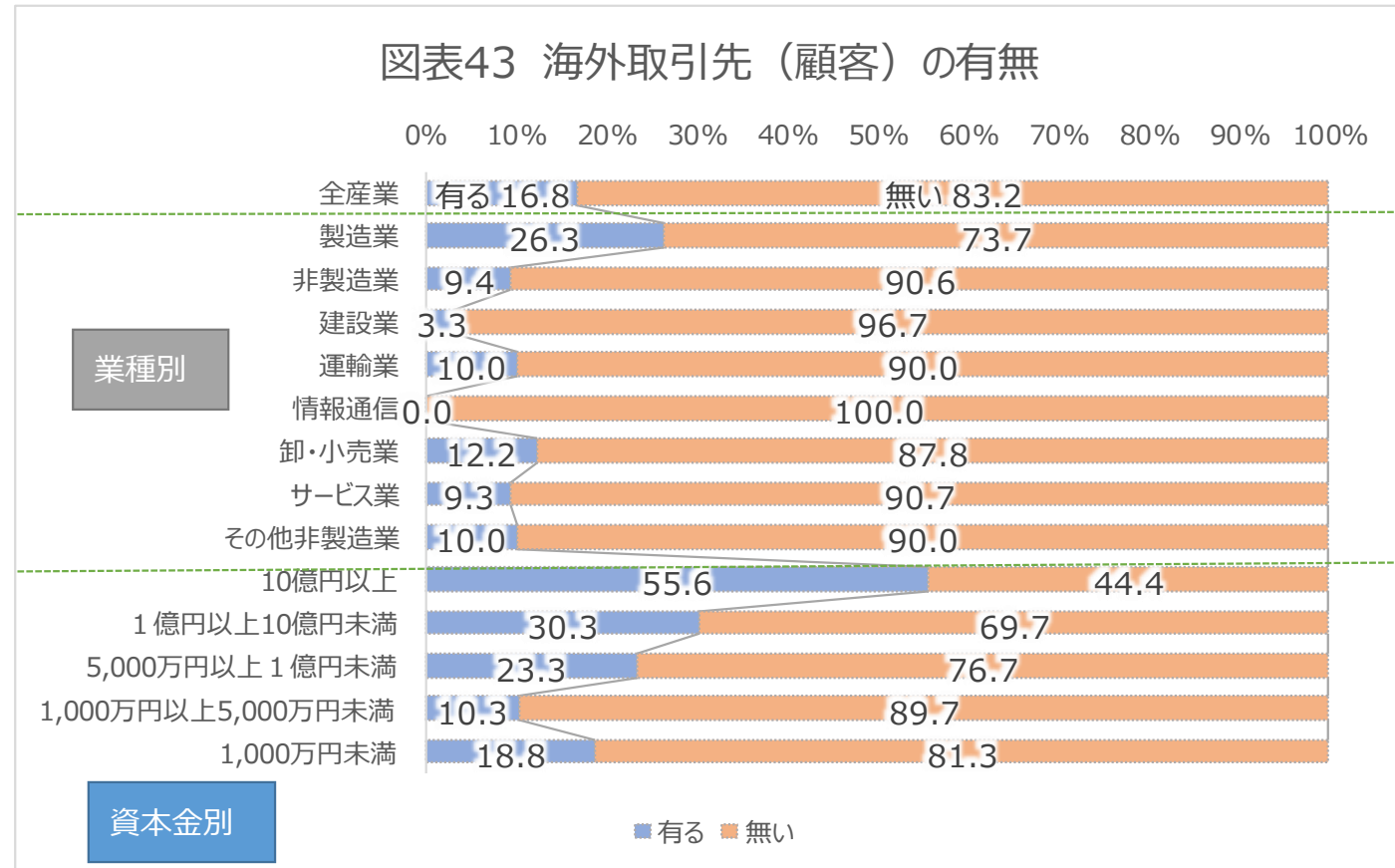
全産業では、「有る」の回答は16.8%と、海外に取引先がある企業割合は約 2 割にとどまっている。

製造業・非製造業別にみると、製造業が26.3%と 3 割に近いのに対し、非製造業は9.4%と 1 割未満にとどまる。非製造業は、リサイクル関連や旅館・ホテルなど一部の業種が中心であり、多くの非製造業の企業は国内での取引のみとなっている（図表43）。

製造業で海外取引先のある企業は、特定業種に偏らず食品や繊維、化学など幅広い業種に亘っている。

B. 資本金別

「10億円以上」55.6%、「1億円以上10億円未満」30.3%など資本金規模が大きい階層ほど、海外取引先を有する割合が高い。県内企業の多くを占める「1,000万円以上5,000万円未満」は10.3%と約 1 割にとどまっている（図表43）。



(2) 海外取引先の売上高に占める割合

海外（国内）取引先または顧客を有すると回答した企業に、海外取引先の売上高に占める割合を尋ねた。

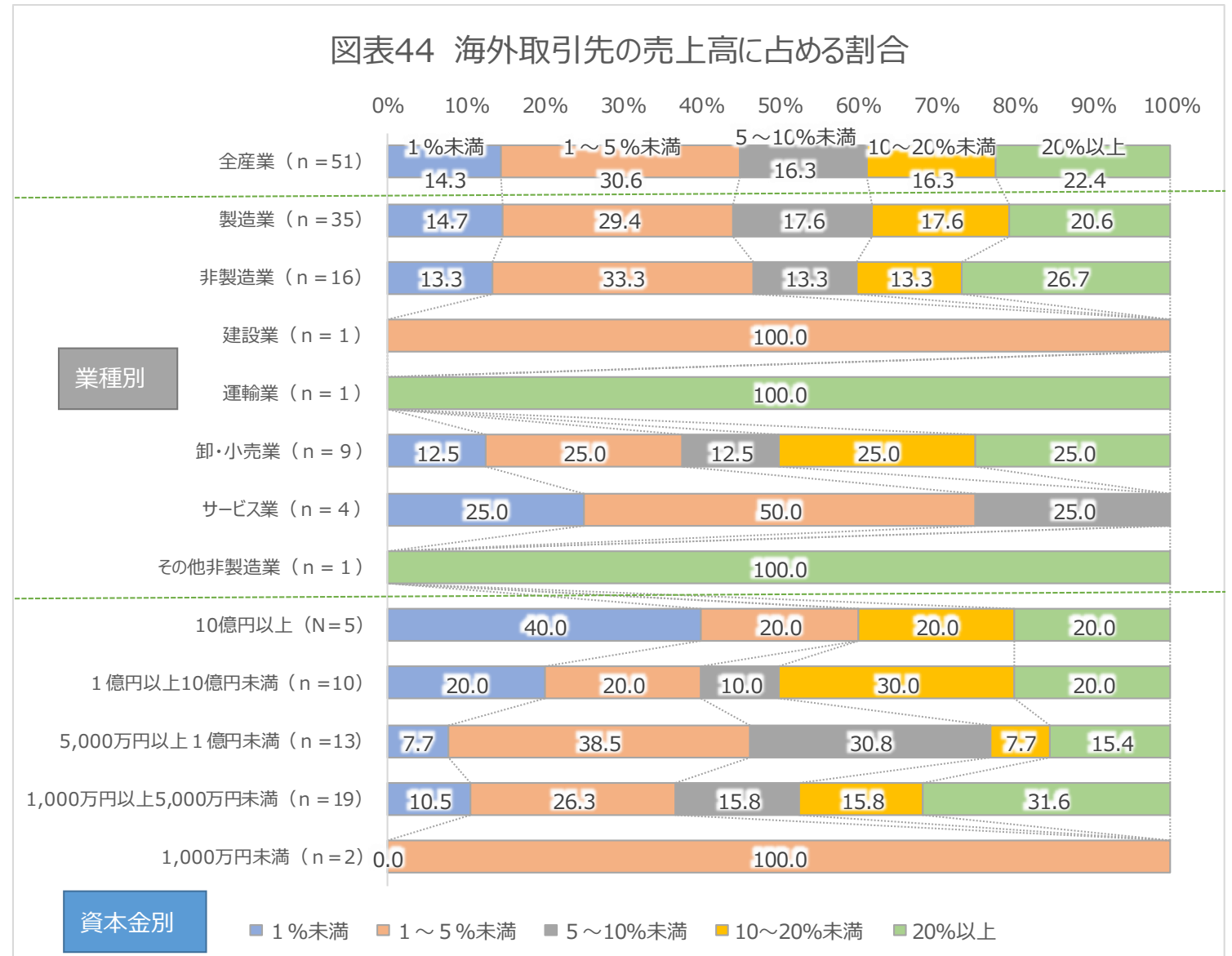
A. 業種別

全産業で最も高い割合は「1～5%未満」の30.6%であり、「1%未満」の14.3%と合わせると4割超が5%未満となり、売上高に占める割合は低い。「20%以上」の割合は全産業で22.4%と2割を占めており、海外取引が大きい企業も一定数存在している（図表44）。製造業・非製造業別にみると、県外取引先ほどの製造業・非製造業間での大きな差はみられない。

B. 資本金別

県外取引先については資本金規模が大きいほど売上高に占める割合が高い傾向がみられたが、海外取引先については、最も高い割合が「10億円以上」は「1%未満」が40.0%、「1,000万円以上5,000万円未満」は「20%以上」が31.6%であるなど、資本金規模の大小が売上高に占める割合に影響してはいない（図表44）。

図表44 海外取引先の売上高に占める割合



(3) 海外市場に進出した時期

海外（国内）取引先または顧客を有すると回答した企業に、海外市場への進出時期について尋ねた。

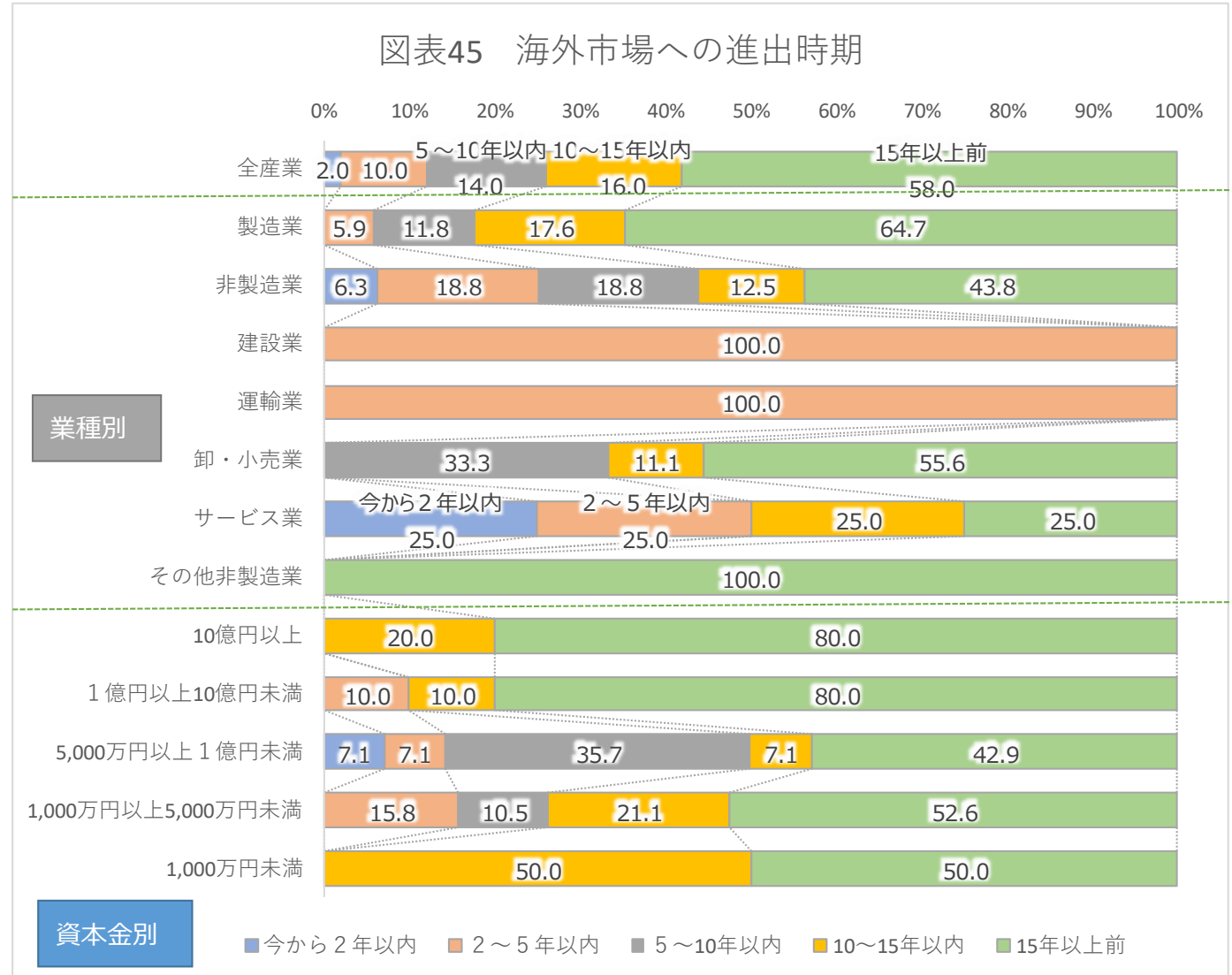
A.業種別

全産業で最も高い割合は「15年以上前」の58.0%であり、海外進出している企業は多くが少なくとも2010年代以前には進出していたことになる。

製造業・非製造業別にみると、「15年以上前」の割合は製造業が64.7%、非製造業が43.8%と、早くから進出していたのは製造業のほうが割合が高い（図表45）。

B.資本金別

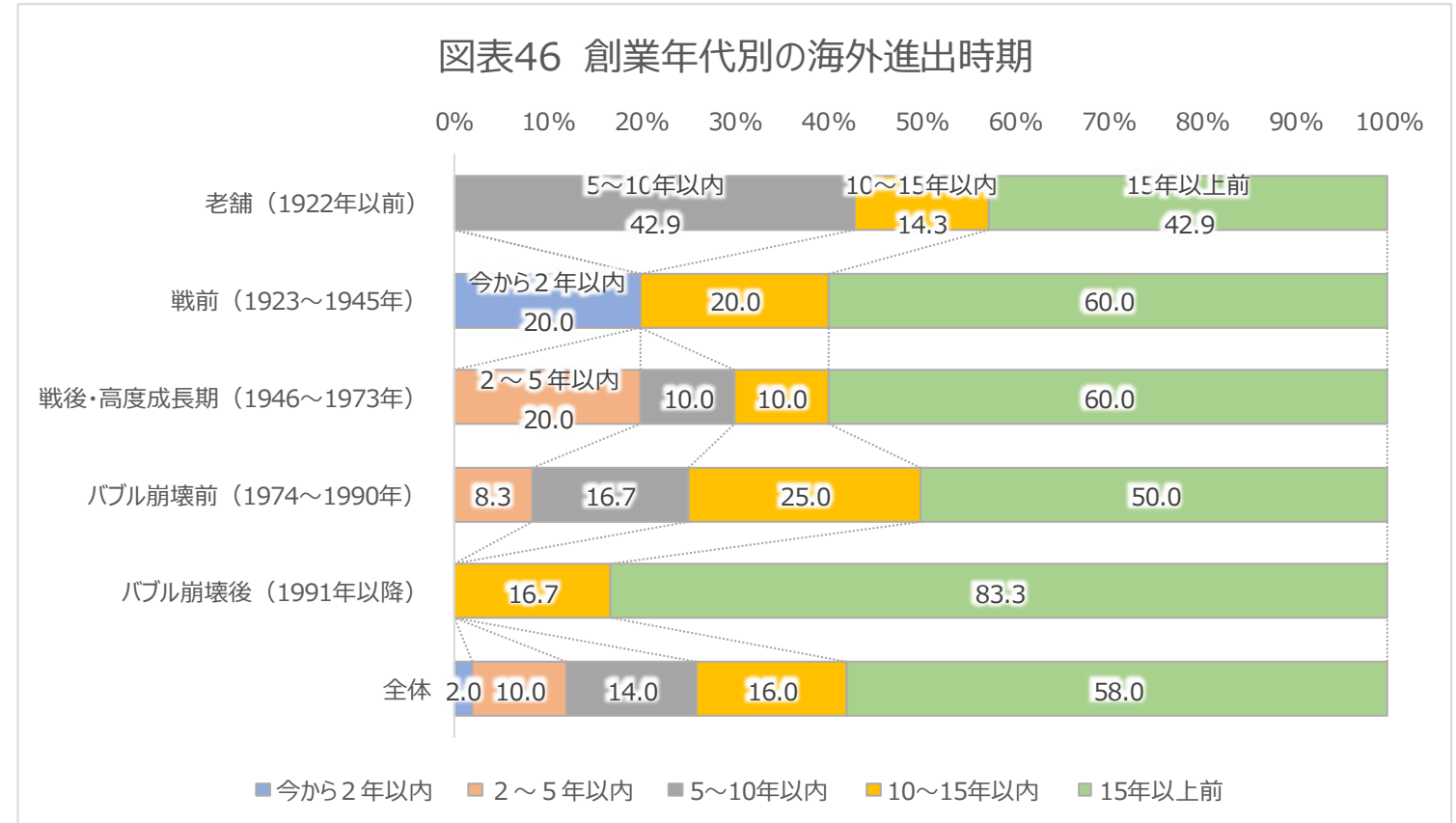
「15年以上前」の割合は、「10億円以上」と「1億円以上10億円未満」がともに80.0%と、資本金規模が大きい階層を中心に早くから海外進出している企業が多くみられる。「5,000万円以上1億円未満」の階層では、10年以内までの合計が49.9%と、比較的新しい時期に進出している企業がある（図表45）。



C.創業年代別

創業年を老舗（1922年以前：101年前以上）、戦前（1923～1945年：78～100年前）、戦後・高度成長期（1946～1973年：50～77年前）、バブル崩壊前（1974～1990年：34～49年前）、バブル崩壊後（1991年以降：32年前以下）の5つの年代階層に分けて、海外進出時期を集計した。

海外市場への進出時期は、「15年以上前」が「バブル崩壊後」83.3%、「老舗」42.9%と、県外市場への進出時期とは異なり、創業時期が古いほど早くから進出しているという傾向はみられない。また、「今から2年以内」は「戦前」のみから回答があるなど、創業が古い企業でも最近になってから海外進出している企業が見られる（図表46）。

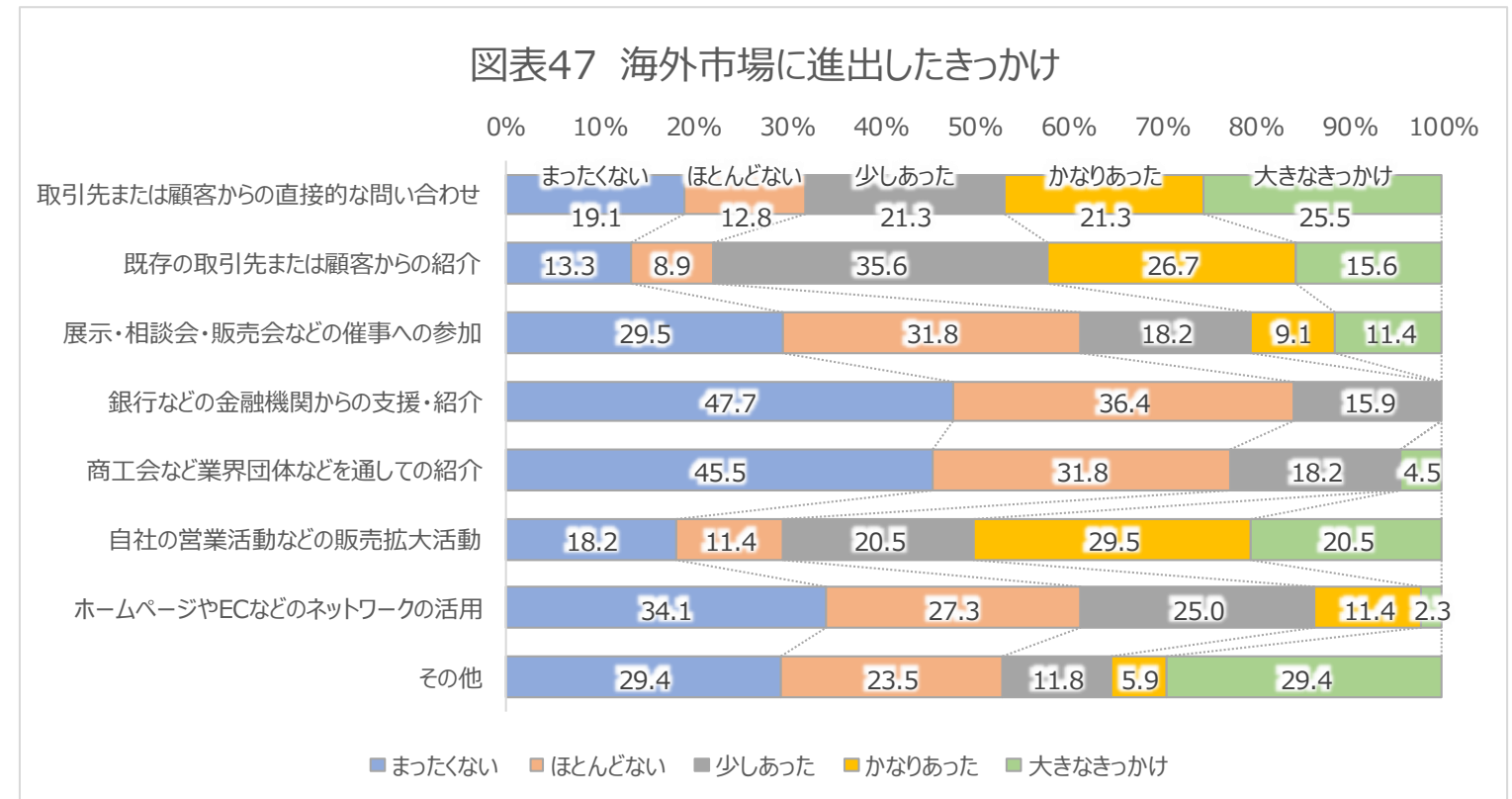


(4) 海外市場に進出したきっかけ

海外取引先または顧客を有すると回答した企業に、海外市場に進出したきっかけについて、項目別に影響度合を尋ねた。

「大きなきっかけ」の割合が高い項目は、「取引先または顧客からの直接的な問い合わせ」25.5%、「自社の営業活動などの販売拡大活動」20.5%、「既存の取引先または顧客からの紹介」15.6%などである。

一方、「まったくない」の割合が高い項目は「銀行など金融機関からの支援・紹介」47.7%「商工会など業界団体などを通しての紹介」45.5%などである。県外市場に進出したきっかけと同様に、自社の営業活動や取引先側からの問合せといった、当事者側の能動的な取引拡大の動きが海外市場進出へのきっかけとなりやすく、金融機関や業界団体など第三者からの紹介は、大きくは影響していない(図表47)。



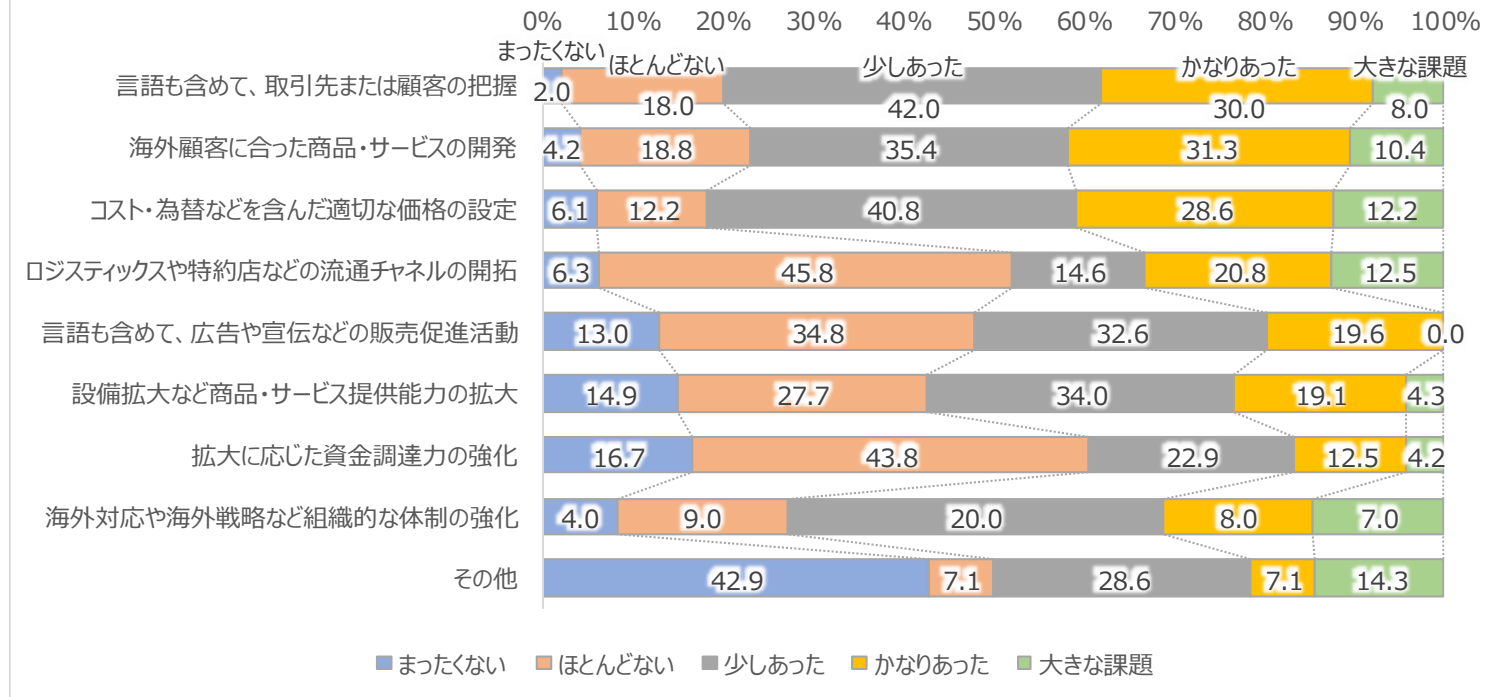
(5) 海外市場に進出するときの課題

海外取引先または顧客を有すると回答した企業に、海外市場に進出するときの課題について、項目別に影響度合を尋ねた。

「大きな課題」と「かなりあった」と課題が大きかった割合が高い項目は、合わせて「海外顧客に合った商品・サービスの開発」が41.7%、「コスト・為替などを含んだ適切な価格の設定」が40.8%と、商品開発や価格設定が多くの企業において大きな課題となっている。

一方、「まったくない」と「ほとんどない」の割合が高い項目は、合わせて「拡大に応じた資金調達力の強化」が60.5%と半数以上の企業においては影響度合いがほぼ無く、課題とはなっていない（図表48）。

図表48 海外市場に進出するときの課題



5. 県外・海外市場への進出状況についてのまとめ

◇県外取引先を有する割合は全産業で約7割あり、製造業・非製造業別では製造業が9割近いのに対し、非製造業は約6割にとどまる。

海外取引先を有する割合は全産業で約2割にとどまっており、製造業が3割近いのに対し非製造業は1割未満にとどまる。

◇県外取引先の売上高に占める割合は、全産業で「50%以上」が5割を超えており、売上高に占める割合が高い企業が多いものとみられる。

海外取引先の売上高に占める割合は、全産業で「1～5%未満」の割合が最多であり、売上高に占める割合は県外取引先に比べ低めとなっている。

◇県外市場に進出した時期は、全産業で「30年以上前」が6割を超えており、県外に取引先を有する企業は早い時期に進出している。

海外市場に進出した時期は、全産業で「15年以上前」が6割近くとなっており、海外進出した企業は多くが2010年代以前に進出していたことになる。

項目	特記事項
県外・海外取引先（顧客）の有る割合	県外取引先 全産業71.6% 製造業88.7% 非製造業58.2% 海外取引先 全産業16.8% 製造業26.3% 非製造業9.4%
県外・海外取引先（顧客）の売上高に占める割合	県外取引先 最多は「50%以上」の53.0% 海外取引先 最多は「1～5%未満」の30.6%
県外・海外市場に進出した時期	県外取引先 最多は「30年以上前」の64.8% 海外取引先 最多は「15年以上前」の58.0%
県外・海外市場に進出したきっかけ 「大きなきっかけ」となった割合の高いもの	県外市場 「自社の営業活動などの販売拡大活動」など 海外市場 「取引先または顧客からの直接的な問い合わせ」など
県外・海外市場に進出するときの課題 「大きな課題」「かなりあった」の割合が高いもの	県外市場 「コストなどを含んだ適切な価格の設定」など 海外市場 「海外顧客に合った商品・サービスの開発」など

IX 県内企業・事業者の声

県内企業・事業者の皆さまから、物価上昇や人手不足対策など数多くの意見をお寄せいただきました。誌面の関係上、一部抜粋してご紹介します（コメントの主旨が変わらない範囲で一部編集しています）。

<自由意見要約>

物価上昇や原材料価格高騰に対する価格転嫁が課題となっていること、人手不足に対して採用募集するも人が集まらないといった意見が寄せられた。

【主な意見（製造業）】

- ・物価上昇に対して製品価格への転嫁が追い付いていない。
- ・人材人手不足のため募集するも新卒は思うように集まらない。

【寄せられた自由意見】

業種	地域	自由意見	
製造業	飲食料品	県南	高齢化対策、定年の延長、機械化、自動化の推進が課題となっている。しかし、機械化するのが難しい。
		会津・南会津	海外進出について興味あり、銀行様より紹介してもらってます。
	木材・木製品	県南	人手不足で外国人の雇用を検討している。
	窯業・土石製品	相双	原材料の価格上昇が著しく、採算が悪化している。
	鉄鋼・非鉄・金属製品	県北	人手不足対策に注力し、新卒のみならず、中途採用にも注力しています。
		県中	物価の急激な上昇に、製品価格がついていかない
		会津・南会津	物価上昇については一時期の高騰ぶりに比較すると落ち着き、値下げされる品目も出てきたが依然として価格が上昇し続けているものもみられる。コロナ明けにより一時大きく伸びた受注も反動で客先の在庫ダブ付き等で落ち着きつつありしばらく抑制的になる見込み。人材・人手不足については人口の母数が減っているうえ、若者は県外や中通り等に出ってしまう者が多く厳しい環境にある。外国人実習生の活用や合理化を進め対応するしかない。
		いわき	若手従業員の育成と技術の伝承方法を検討中である。
	はん用・生産用・業務用機械	県北	人材採用難である。
	電気機械	会津・南会津	新卒求人の初任給を毎年引き上げているが、思うように充足できていない。人件費の上昇分を販売価格に転嫁できない部分があり、収益を圧迫している。
	電子部品・デバイス	県北	人材確保が難しい、賃金水準が上がリ、既存社員と新規入社の方との賃金すり合わせに難儀をしています。
		県中	産業機械向けの電子部品を組立しているが、客先の在庫が減らなくなると受注がない状態である。米国、中国の経済の回復、特に中国の回復が早くなって欲しい。米国は自国ファーストをやめて同盟国と一緒に経済を伸ばしていく政策を取って欲しい。日本の政治力で頑張るって欲しい。
		相双	顧客との価格改定（UP）協議をしている。
	輸送用機械	県北	賃金を上げなければ、人が集まらないし、維持できない。
その他製造業	県北	地方から優秀な働き手である若手の人材が、賃金の高い首都圏に流出している流れは止まらない。ただでさえ、少子化から地方での採用が厳しくなる中、賃上げなどさらに重い課題を突き付けられている。地方の中小企業でも、賃上げに抵抗なく、前向きにとらえることができる経営環境改善に、政府はじめ行政、金融機関、経済団体は真摯に取り組むべきである。年が明けてまた新型コロナウイルスによる疾病が増えてきた。社員の5%ほどが自身や家族の罹患の為に休んでいる。これ以上休まれると操業に不安が出てくる。	
	県中	人材不足が心配である 市場としては安定しておりますが、輸入品を多く取り扱うことから為替相場の影響を受けます。今後は日銀のマイナス金利解除等金融政策の正常化のタイミングや米国の金融緩和などを注視しながら収益構造の見直しにも取り組んでいかなければならないと考えております。	
	いわき	現在の業界地位（生産者国内トップクラス）の維持と海外展開への準備	

【寄せられた自由意見】

業種	地域	自由意見
建設業	県北	建設業の働き方改革への取り組みが難しい。人員増などの経費が増大するのは間違いないがその分の工事費への反映が難しい。発注者（消費者含む）の理解が必要である。
	県中	若手社員の育成・職人の高齢化への対策が重要になっている。 物価上昇に対して、価格転嫁が追いついていないように思われます。価格転嫁が遅れば利益確保が難しい状況となりますので、適正価格の見定めが急務となります。
	会津・南会津	気候変動（異常気象）のため、河川工事において急激な増水により、工事の進捗において大きな悪影響を受けており、ここ5～6年顕著となっている。雇用面では下請者の引っ張り合いとなり、コストが上がっている。 地域の労働人口が枯渇している。
	いわき	業績が悪い時→資金需要が高い→業績アップのために使いたい。そんな時に銀行は資金を引き上げないでほしい。
運輸業	県北	長距離の自動車運送事業としては主な設備（トラック等）の急激な値上げ、高速道路料金・燃料のコスト高などが運賃収益よりも上昇が大きく、適正運賃の収受が必須である状況です。
	会津・南会津	アフターコロナでは、今と以前のような団体利用の旅行客はインバウンド以外あまりみられなくなった。インバウンドは料金の支払い等まだまだ問題があり何かと大変ですが、ちょうど定期的に暇な時期に来てくださるので大変助かっている
非製造業 卸・小売業	県北	人材確保のため、学校訪問しても募集がない。 地球沸騰化の中、原子力・火力に頼らないエネルギー政策食料自給率を上げる具体的な対策を数値目標を示してただちに取り組みないと未来はない。地球のすべて人が、今の日本人の生活をすると地球2.9個必要だそうです。逆を言えば、それだけ負荷をかけている。資本主義社会から脱成長社会へと変えていくべきです。 物価上昇に見合う昇給ができない。人材不足はこれまでも現在も継続中である。 物価上昇からの影響で消費が減少傾向にあり、滞留した商品を低価格で放出している。 コロナを過剰に煽りすぎである。 人材育成が必要となっている。
	県中	原価の高騰に関して価格への転嫁がついていかず。 物流関係の会社との取引が多いので2024年問題が非常に気になります。 有形の商品を扱う業種にとって物流2024年問題への対策・対応が重要課題となる。 DXを少しずつ進めていく。 圧倒的にエンジニア不足に苦労しています。
	会津・南会津	今回アンケートに新しい項目である創業年があり昔を思い出しながら記入しました 収益は主力である資源物相場に左右されるため、相場影響が少ない事業の拡大が必要となっている。
	いわき	双葉郡内に食品製造工場を新設しましたが、人手不足で大変困っています。様々な手法で求人をして採用にまでは至りません。
	県北	建材価格の高騰により新築住宅需要は陰りが見えるものの、中古住宅市場は活況であると思われる。 人材の高齢化・人材確保が年々できず深刻です。
	県中	原材料価格の上昇と人員・人材不足が収益を圧迫している。 ウクライナ情勢の長期化に伴うエネルギーコストの上昇に加え、日米金融政策等の影響における円安の進行と輸入品・物価上昇、イスラエルパレスチナ問題の勃発等により、依然先行き不透明な状況が続いている。更には物流業界が抱える「2024年問題」の影響が流通全般に大きな課題として目の前に迫る中、今まで以上の情報収集、あるいは両面におけるポートフォリオの再構築を検討しながら、本業の主力業態における「原点回帰」を掲げ、「魅力ある商品づくり」「Q S Cの立て直し」「安心安全な食事環境の提供」を重点課題として取り組んで参りました。売上客数は8月以降堅調に推移しており、外食産業全般もアフターコロナ以降上昇しているとみております。しかしながら、従前のコスト面そしてコロナ以降飲食業が抱えている人材不足はまだ改善・上昇のレベルには達しておらず、引き続き2024年の課題として捉えております。 コロナウィルスの自粛期間により、生活スタイルも変化したと思われれます。特に法人宴会規模の縮小、個人冠婚葬祭の規模縮小等があり、今後は新たな安定した売上確保努力が必要です。 新型コロナウイルスによる生活、仕事、通信等の変化を捉えいち早く対応するために2024年中に設備投資をします。

【主な意見（非製造業）】

- ・物流2024年問題が課題となっている。
- ・物価上昇に対し価格転嫁が進まず収益確保が難しい。

(担当：高橋 宏幸)