

調査

第81回 福島県内景気動向調査

～2022年度上期現況と2022年度下期見通し～

県内企業の景況は、原油・原材料価格高騰などの影響もあり、現況・先行きとも下降局面が続いている

<要 旨>

【自社の業況判断】

1. 現状の業況判断

現況（2022年度上期）BSI（景況判断指数）[※]は、全産業△14（前期比△7㊦）と前期よりも業況が悪化しており、その度合は強まっている。製造業・非製造業別にみると、製造業△3（同△6㊦）、非製造業△25（同△9㊦）と、製造業は前期のプラス値からマイナス値へと悪化に転じている。非製造業の業況は前期に引き続き悪化であり、マイナスが拡大している。

2. 今後の業況判断

見通し（2022年度下期）BSIは、全産業△18（同△4㊦）、製造業△9（同△6㊦）、非製造業△25（同±0㊦）と、全産業・製造業・非製造業の業況はいずれも前期より悪化する予想であり、下降局面が続くものとみられる。

【設備投資動向】

2022年度下期に設備投資を実施予定の企業割合は全産業で41.5%（129社）となり前期と比較して5.8㊦低下した。また、設備投資金額は、全産業で前期比増減率が+6.0%（うち製造業+5.1%、非製造業+7.5%）と、いずれも増加する見通しとなった。

【雇用】

2022年7月の雇用過不足BSIは、全産業で△38（前回調査比±0㊦）、製造業で△34（同+1㊦）、非製造業で△42（同△2㊦）となり、±0の飲食料品を除いた業種で不足感を抱いている。

【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「資材などの仕入価格上昇」67.2%が最も高く、特に製造業で83.1%と高かった。原材料価格の高騰が企業経営へマイナス影響を及ぼしていることがうかがえる。

【原油・原材料価格高騰の影響について】

原油・原材料価格高騰の影響については、全産業で「ややマイナス影響がある」または「大きくマイナス影響がある」とマイナス判断した割合は合わせて92.0%に達した。影響を軽減するための対策は、全産業で「販売価格への転嫁」「仕入先との価格交渉」といった価格面での対策が上位となった。ただし、価格転嫁の実施状況は、全産業で5割以上転嫁した割合が合わせて45.2%であり、半数に達していない。

※ BSI（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。

※ 今回のアンケートは、オミクロン株により再びコロナ感染拡大が始まってきた時期に実施した。

●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529社
3. 回答企業 318社（有効回答率60.1%）
4. 調査時期 2022年7月
（前回調査：2022年1月）
5. 調査対象期間
2021年度下期：2021年10月～2022年3月期
この期間は「実績」と記載
2022年度上期：2022年4月～2022年9月期
この期間は「現況」と記載
2022年度下期：2022年10月～2023年3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	149社	46.9%
飲 食 料 品	20	6.3
繊 維 ・ 繊 維 製 品	12	3.8
木 材 ・ 木 製 品	8	2.5
紙 ・ 紙 加 工 品	10	3.1
化 学	15	4.7
窯 業 ・ 土 石 製 品	8	2.5
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	17	5.3
はん用・生産用・業務用機械	11	3.5
電 気 機 械	11	3.5
電子部品・デバイス	10	3.1
輸 送 用 機 械	12	3.8
そ の 他 製 造 業	15	4.7
非 製 造 業	169	53.1
建 設 業	29	9.1
運 輸 業	11	3.5
情 報 通 信	2	0.6
卸 ・ 小 売 業	75	23.6
サ ー ビ ス 業	36	11.3
そ の 他 非 製 造 業	16	5.0
全 産 業 計	318	100.0

県内、各所属業界の景気判断

1. 県内の景気判断 BSI

2022年度上期現況は、全産業△25（前期比+4ポイント）*、2022年度下期見通しは全産業△27（△2ポイント）と、現況と見通しともに前期に比べ悪化を示すマイナス値での推移であり、前期比では現況はマイナスが縮小したものの、見通しはマイナスが拡大した（図表1）。

※）以下（ ）カッコ内は前期比を表す。

2. 各所属業界の景気判断 BSI

2022年度上期現況は、製造業△14（△5ポイント）、非製造業△35（△3ポイント）と、製造業・非製造業と

ともに BSI 値はマイナス値であり、いずれも前期比でマイナスが拡大した（図表1）。

2022年度下期見通しは、製造業△13（+1ポイント）、非製造業△38（△3ポイント）と、製造業・非製造業ともに BSI 値はマイナス値となり、製造業はマイナスが縮小し、非製造業ではマイナスが拡大した（図表1）。

I. 自社の業況判断

1. 業況判断 BSI

(1) 全 体

A. 2022年度上期現況は、全産業△14（△7ポイント）と前期よりも業況が悪化しており、その度合は

図表1 県内と各所属業界の景気判断（上昇・下降）BSI

		2020年度上期 実績 BSI 値	2020年度下期 実績 BSI 値	2021年度上期 実績 BSI 値	2021年度下期 実績 BSI 値	2022年度上期 現況※1 BSI 値	変 化 幅	2022年度下期 見通し BSI 値	変 化 幅
県内景気	全 産 業	△80	△48	△34	△29	△25 (△14)	4	△27	△ 2
各所属業界の景気	製 造 業	△74	△31	△23	△ 9	△14 (△ 8)	△ 5	△13	1
	非製造業	△50	△33	△38	△32	△35 (△27)	△ 3	△38	△ 3

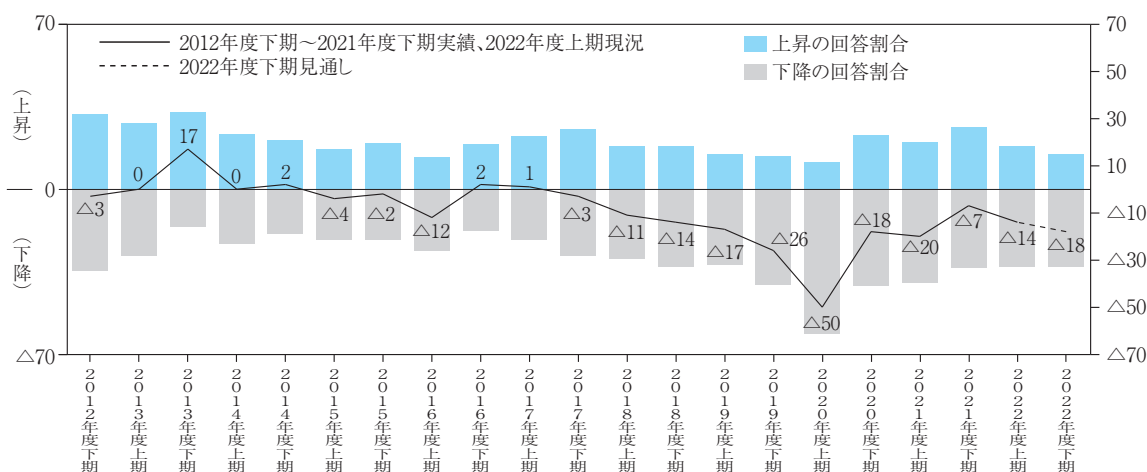
※1：2022年度上期現況の（ ）内は前回調査時の「見通し」

強まっている。製造業・非製造業別にみると、製造業△3（△6割）、非製造業△25（△9割）と、製造業は前期のプラス値からマイナス値へと悪化に転じている。非製造業の業況は前期に引き続き悪化であり、マイナスが拡大している（図表2、3）。

◆製造業：BSI値は、「木材・木製品」など2業種が前期に比べ良化を示すプラス値となり、「繊維・繊維製品」など7業種がマイナス値となった。

◆非製造業：BSI値は、「その他非製造業」がプラス値となり、「建設業」など4業種がマ

図表2 自社の業況判断 BSI 推移（全産業）



図表3 自社の業況判断（上昇・下降）BSI

	2020年度上期 実績※1 BSI値	2020年度下期 実績※1 BSI値	2021年度上期 実績※1 BSI値	2021年度下期 実績※1 BSI値	2022年度上期 現況※2 BSI値	変化幅	2022年度下期 見通し BSI値	変化幅
全 産 業	△ 50	△18	△20	△ 7(△17)	△14(△15)	△ 7	△18	△ 4
製 造 業	△ 59	△19	△ 7	3(△ 5)	△ 3(△ 3)	△ 6	△ 9	△ 6
飲 食 料 品	△ 43	△43	△48	△26(△33)	△ 5(△33)	21	△32	△27
繊 維 ・ 繊 維 製 品	△ 80	△53	△36	△17(△ 7)	△17(△21)	0	0	17
木 材 ・ 木 製 品	△ 57	△57	14	50(△ 29)	25(△14)	△25	△38	△63
紙 ・ 紙 加 工 品	△100	△29	△13	10(△13)	0(△13)	△10	△50	△50
化 学	△ 44	25	13	20(△ 25)	△ 7(△ 25)	△27	7	14
窯 業 ・ 土 石 製 品	△ 9	△38	△10	△38(△10)	△13(△20)	25	△25	△12
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	△ 47	7	△17	47(△17)	18(△ 50)	△29	24	6
はん用・生産用・業務用機械	△ 79	△27	5	△27(△ 25)	△ 9(△ 15)	18	△ 9	0
電 気 機 械	△ 67	0	△25	△ 9(△50)	0(△ 0)	9	△18	△18
電子部品・デバイス	△ 33	20	33	30(△ 33)	0(△ 0)	△30	40	40
輸 送 用 機 械	△100	18	44	0(△33)	△17(△ 22)	△17	△17	0
そ の 他 製 造 業	△ 53	△ 5	△ 5	0(△11)	△13(△11)	△13	△13	0
非 製 造 業	△ 42	△16	△30	△16(△27)	△25(△24)	△ 9	△25	0
建 設 業	△ 19	4	△32	△35(△18)	△58(△41)	△23	△50	8
運 輸 業	△ 93	△46	△17	△40(△25)	△10(△25)	30	△30	△20
情 報 通 信	△ 40	33	0	0(△ 0)	0(△ 0)	0	0	0
卸 ・ 小 売 業	△ 40	△11	△30	△22(△40)	△30(△27)	△ 8	△33	△ 3
サ ー ビ ス 業	△ 44	△31	△33	0(△10)	△ 8(△10)	△ 8	0	8
そ の 他 非 製 造 業	△ 50	△30	△33	19(△25)	6(△ 8)	△13	△ 6	△12

※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

イナス値となった。

B. 2022年度下期見通しは、全産業△18（△4㊦）、製造業△9（△6㊦）、非製造業△25（±0㊦）と、全産業・製造業・非製造業の業況はいずれも前期より悪化する予想であり、下降局面が続くものとみられる（図表2、3）。

◆製造業：BSI値は、「電子部品・デバイス」など3業種がプラス値となり、「紙・紙加工品」など8業種がマイナス値となった。

◆非製造業：BSI値は、「情報通信」と「サービス業」を除いた4業種がマイナス値となった。

(2) 本社所在地別

A. 2022年度上期現況は、全産業でみると、県内本社企業△16（△8㊦）、県外本社企業+10（+5㊦）と、BSI値は県内本社企業ではマイナスが拡大し、県外本社企業ではプラスが拡大した（図表4）。

B. 2022年度下期見通しは、全産業でみると、県内本社企業△18（△2㊦）、県外本社企業△10（△20㊦）と、BSI値は県内本社企業と県外本社企業ともにマイナス値となり、県内本社企業はマイナスが拡大し、県外本社企業はマイナスに転じた（図表4）。

(3) 資本金規模別

A. 2022年度上期現況は、「10億円以上」を除きBSI値がマイナス値となり、「1,000万円未満」を除きマイナスが拡大した（図表5）。

B. 2022年度下期見通しは、すべての階層のBSI値がマイナス値となり、「10億円以上」△44（△55㊦）では前期のプラス値からマイナス値に転じた（図表5）。

(4) 地域別

A. 2022年度上期現況は、県南+18（△11㊦）と相双±0（+8㊦）を除く4地域がマイナス値となり、4地域いずれもマイナスが拡大した（図表6）。

B. 2022年度下期見通しは、いずれの地域もマイナス値となり、県南では5期ぶりにマイナス値に転じた（図表6）。

2. 項目別 BSI

(1) 受注高 BSI（製造業のみ）

A. 2022年度上期現況は、製造業+5（△4㊦）と、プラスが縮小したものの、プラス値で推移した。「鉄鋼・非鉄金属製品」+35（△18㊦）など6業種がプラス値となった（図表7）。

B. 2022年度下期見通しは、製造業△7（△12

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				
	2021年度下期実績 BSI 値	2022年度上期現況 BSI 値	変化幅	2022年度下期見通し BSI 値	変化幅	2021年度下期実績 BSI 値	2022年度上期現況 BSI 値	変化幅	2022年度下期見通し BSI 値	変化幅
全産業	△8	△16	△8	△18	△2	5	10	5	△10	△20
製造業	3	△5	△8	△9	△4	5	10	5	△10	△20
非製造業	△16	△25	△9	△25	0	0	0	0	0	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	2021年度下期実績 BSI 値	2022年度上期現況 BSI 値	変化幅	2022年度下期見通し BSI 値	変化幅
全体	311	△7	△14	△7	△18	△4
10億円以上	9	22	11	△11	△44	△55
1億円以上10億円未満	36	△3	△17	△14	△11	6
5,000万円以上1億円未満	62	5	△8	△13	△8	0
1,000万円以上5,000万円未満	183	△10	△16	△6	△17	△1
1,000万円未満	21	△29	△24	5	△48	△24

業)と、マイナス値に転じた。変化幅のマイナスが最も大きかったのは「輸送用機械」△33(△41業)であった(図表7)。

(2) 生産高 BSI (製造業のみ)

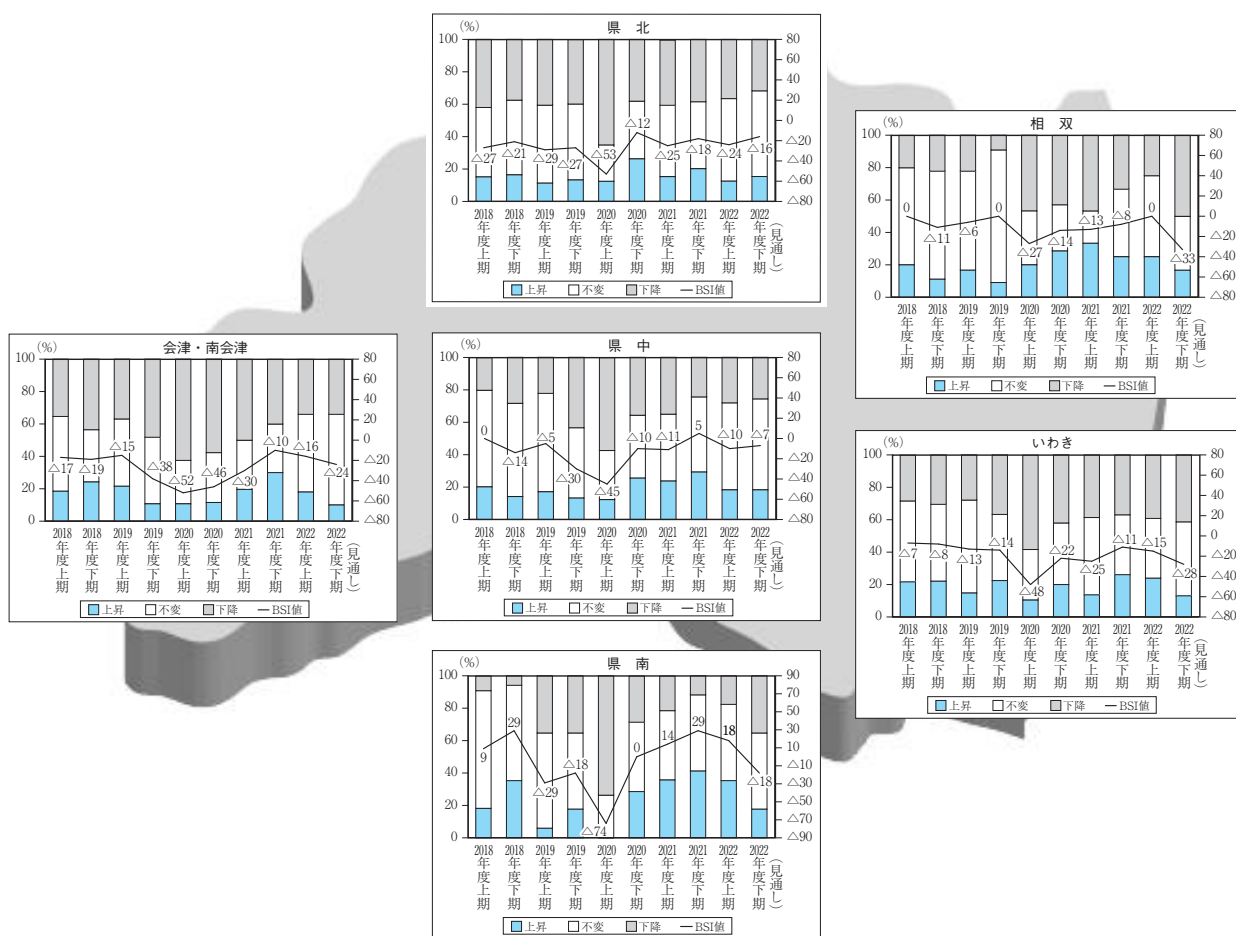
A. 2022年度上期現況は、製造業+5(+2業)と、プラスが拡大した。「鉄鋼・非鉄金属製品」+35(△12業)など5業種がプラス値となった(図表7)。

B. 2022年度下期見通しは、製造業△6(△11業)と、マイナス値に転じた。変化幅のマイナスが最も大きかったのは「紙・紙加工品」△50(△70業)であった(図表7)。

(3) 売上(完成工事)高 BSI

A. 2022年度上期現況は、製造業+4(△6業)、非製造業△25(△25業)と、BSI値は製造業ではプラスが縮小し、非製造業ではマイナス値に

図表6 地域別自社の景況判断(上昇・下降) BSI



(実績：2018年度上期～2021年度下期、現況：2022年度上期、見通し：2022年度下期)

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

※ 「相双」地域は、東京電力福島第一原子力発電所の事故に伴い、避難指示区域内で移転や休業を余儀なくされた企業もあるなど、回答企業数が少ない点に留意願います。

転じた。製造業では「木材・木製品」+50 (△13%) など5業種がプラス値となり、非製造業では「情報通信」±0 (△50%) を除きマイナス値となった (図表7)。

B. 2022年度下期見通しは、製造業△5 (△9%)、非製造業△18 (+7%) と、BSI 値は製造業ではマイナスに転じ、非製造業ではマイナスが縮小した。BSI 値は製造業では「電子部品・デバイス」+40 (+50%) など6業種がプラス値となり、非製造業では「建設業」△62 (±0%) など3業種がマイナス値、「情報通信」など3業種が±0となった (図表7)。

(4) 在庫 BSI (過剰-不足、製造業のみ)

A. 2022年度上期現況は、製造業+15 (+2%) と、前期に比べ過剰感がやや上昇した。「電気機械」+27 (+18%) など10業種で過剰と判断

され、不足感があると判断された業種は無かった (図表7)。

B. 2022年度下期見通しは、製造業+8 (△7%) と、上期現況と比べ過剰感があると予測する回答割合が減少した。過剰と予測する割合が不足を上回ったのは「窯業・土石製品」+38 (+25%) など8業種であり、不足と予測する割合が過剰を上回ったのは「木材・木製品」△25 (△25%) と「化学」△7 (△14%) であった (図表7)。

(5) 収益 BSI

A. 2022年度上期現況は、製造業△18 (△11%)、非製造業△29 (△17%) と、製造業・非製造業ともマイナスが拡大した。製造業では「紙・紙加工品」+10 (+20%) のみプラス値となり、非製造業ではプラス値が無かった (図表8)。

図表7 項目別 BSI [受注高 (増・減)、生産高 (増・減)、売上高 (増・減)、在庫 (過剰・不足は逆サイクル)]

	受 注 高					生 産 高					売 上 (完成工事) 高					在 庫				
	2021年度	2022年度	変 化 幅	2022年度見通し	変 化 幅	2021年度	2022年度	変 化 幅	2022年度見通し	変 化 幅	2021年度	2022年度	変 化 幅	2022年度見通し	変 化 幅	2021年度	2022年度	変 化 幅	2022年度見通し	変 化 幅
	BSI 値	BSI 値		BSI 値		BSI 値	BSI 値		BSI 値		BSI 値	BSI 値		BSI 値		BSI 値	BSI 値		BSI 値	
製 造 業	9	5	△4	△7	△12	3	5	2	△6	△11	10	4	△6	△5	△9	13	15	2	8	△7
飲 食 料 品	△11	0	11	△26	△26	△21	5	26	△16	△21	△5	5	10	△21	△26	32	26	△6	16	△10
繊 維 ・ 繊 維 製 品	△25	33	58	8	△25	△25	25	50	8	△17	△25	33	58	8	△25	17	25	8	17	△8
木 材 ・ 木 製 品	50	25	△25	△38	△63	38	25	△13	△38	△63	63	50	△13	△13	△63	△13	0	13	△25	△25
紙 ・ 紙 加 工 品	30	20	△10	△50	△70	20	30	10	△50	△80	30	10	△20	△50	△60	10	10	0	10	0
化 学	20	13	△7	13	0	13	0	△13	0	0	13	0	△13	7	7	13	7	△6	△7	△14
窯 業 ・ 土 石 製 品	0	△25	△25	0	25	0	△13	△13	13	26	0	△13	△13	13	26	13	13	0	38	25
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	53	35	△18	6	△29	47	35	△12	18	△17	59	29	△30	12	△17	12	18	6	0	△18
はん用・生産用・業務用機械	△9	9	18	9	0	△18	△9	9	18	27	△18	△9	9	18	27	9	9	0	9	0
電 気 機 械	△18	△9	9	△18	△9	△9	0	9	△45	△45	0	△9	△9	△36	△27	9	27	18	9	△18
電子部品・デバイス	0	△10	△10	40	50	0	△10	△10	40	50	0	△10	△10	40	50	0	0	0	10	10
輸 送 用 機 械	8	△33	△41	△33	0	0	△25	△25	△25	0	0	△33	△33	△25	8	8	17	9	0	△17
そ の 他 製 造 業	13	△13	△26	△7	6	0	△7	△7	△7	0	7	△7	△14	△7	0	20	13	△7	20	7
非 製 造 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	△25	△25	△18	7	-	-	-	-	-
建 設 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△8	△62	△54	△62	0	-	-	-	-	-
運 輸 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	△20	△20	△20	0	-	-	-	-	-
情 報 通 信	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50	0	△50	0	0	-	-	-	-	-
卸 ・ 小 売 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△1	△26	△25	△15	11	-	-	-	-	-
サ ー ビ ス 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8	△6	△14	0	6	-	-	-	-	-
そ の 他 非 製 造 業	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	△6	△13	△7	0	13	-	-	-	-	-

B. 2022年度下期見通しは、製造業△26 (△8割)、非製造業△26 (+3割)と、製造業ではマイナスが拡大し、非製造業ではマイナスが縮小した。製造業では「窯業・土石製品」+13 (+26割)など3業種がプラス値となり、非製造業ではプラス値が無かった(図表8)。

(6) 製品(商品) 価格 BSI

A. 2022年度上期現況は、製造業+43 (+21割)、非製造業+47 (+10割)と、製造業・非製造業ともに価格の上昇がうかがえる(図表8)。

B. 2022年度下期見通しは、製造業+47 (+4割)、非製造業+46 (△1割)と、製造業・非製造業ともに引き続き価格が上昇するが、非製造業では上昇するとした割合がやや低下した(図表8)。

(7) 原材料(仕入) 価格 BSI (製造業のみ)

A. 2022年度上期現況は、製造業+84 (+12割)で、BSI値は12業種すべてがプラス値となった。また、変化幅では8業種がプラスとなり、多くの業種で原材料(仕入) 価格の上昇が続いている(図表8)。

B. 2022年度下期見通しは、製造業+76 (△8割)と、やや低下したものの、前期に引き続き12業種すべてがプラス値となり、原材料(仕入) 価格の上昇が続くものとみられる(図表8)。

(8) 項目別 BSI まとめ

A. 2022年度上期現況をみると、製造業では生産高や売上高がプラス値にあるものの収益はマイナス値である。非製造業では売上高、収益の

図表8 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)]

	収 益					製 品 (商 品) 価 格					原 材 料 (仕 入) 価 格				
	2021 下期実績	2022 上期現況	変 化 幅	2022 下期見通し	変 化 幅	2021 下期実績	2022 上期現況	変 化 幅	2022 下期見通し	変 化 幅	2021 下期実績	2022 上期現況	変 化 幅	2022 下期見通し	変 化 幅
	BSI値			BSI値		BSI値			BSI値		BSI値			BSI値	
製 造 業	△7	△18	△11	△26	△8	22	43	21	47	4	72	84	12	76	△8
飲 食 料 品	△26	△26	0	△42	△16	11	37	26	63	26	68	89	21	95	6
繊 維 ・ 繊 維 製 品	△42	△33	9	△58	△25	25	17	△8	50	33	100	100	0	92	△8
木 材 ・ 木 製 品	13	0	△13	△75	△75	63	13	△50	13	0	75	50	△25	38	△12
紙 ・ 紙 加 工 品	△10	10	20	△60	△70	△10	70	80	30	△40	20	80	60	70	△10
化 学	7	△13	△20	△20	△7	20	47	27	53	6	80	93	13	87	△6
窯 業 ・ 土 石 製 品	△25	△13	12	13	26	0	50	50	63	13	88	100	12	88	△12
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	47	0	△47	12	12	47	65	18	59	△6	94	94	0	94	0
はん用・生産用・業務用機械	△36	△18	18	△9	9	36	73	37	64	△9	82	91	9	73	△18
電 気 機 械	△9	△18	△9	△18	0	36	45	9	55	10	73	82	9	64	△18
電子部品・デバイス	0	0	0	10	10	10	10	0	0	△10	60	60	0	60	0
輸 送 用 機 械	△17	△42	△25	△42	0	0	25	25	33	8	50	67	17	58	△9
そ の 他 製 造 業	0	△40	△40	△27	13	20	53	33	47	△6	67	80	13	67	△13
非 製 造 業	△12	△29	△17	△26	3	37	47	10	46	△1	-	-	-	-	-
建 設 業	△23	△46	△23	△46	0	42	50	8	50	0	-	-	-	-	-
運 輸 業	△30	△40	△10	△30	10	30	40	10	50	10	-	-	-	-	-
情 報 通 信	50	0	△50	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-	-	-
卸 ・ 小 売 業	△21	△34	△13	△36	△2	48	58	10	60	2	-	-	-	-	-
サ ー ビ ス 業	6	△8	△14	△3	5	22	36	14	25	△11	-	-	-	-	-
そ の 他 非 製 造 業	13	△19	△32	△6	13	19	25	6	25	0	-	-	-	-	-

いずれもマイナス値である。製造業は、製品価格は上昇しているものの、原材料価格の上昇が収益を押し下げていることがうかがわれる。

B. 2022年度下期見通しは、製造業では生産高や売上高がマイナス値に転じ、収益のマイナスが拡大しており、非製造業ではマイナスがやや縮小するものの、売上高、収益のいずれもマイナス値で推移となり、製造業・非製造業とも引き続き下降局面が続くものとみられる。製造業は原材料価格の上昇が続くことで、収益の低下が続く見通しである。

II. 設備投資動向

1. 2022年度上期実績・予定

(1) 実施企業

設備投資を実施した（する）と回答した企業は全産業147社、実施割合は47.3%（+4.5ポイント）であり、製造業56.8%（+7.5ポイント）、非製造業38.7%（+1.9ポイント）と、いずれも前期比上昇した。実施割合の高い業種をみると、「電子部品・デバイス」90.0%、「輸送用機械」83.3%、「運輸業」80.0%などであった（図表9）。

図表9 業種別設備投資実施割合

(単位：社、%)

	2021年度下期実績		2022年度上期実績・予定			2022年度下期予定		
	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	42.8	147	14	47.3	129	△18	41.5
製造業	73	49.3	84	11	56.8	68	△16	45.9
飲食料品	10	52.6	8	△2	42.1	9	1	47.4
繊維・繊維製品	3	25.0	7	4	58.3	2	△5	16.7
木材・木製品	4	50.0	4	0	50.0	3	△1	37.5
紙・紙加工品	5	50.0	6	1	60.0	5	△1	50.0
化学	8	53.3	10	2	66.7	9	△1	60.0
窯業・土石製品	5	62.5	5	0	62.5	3	△2	37.5
鉄鋼・非鉄金属製品	13	76.5	9	△4	52.9	10	1	58.8
はん用・生産用・業務用機械	1	9.1	5	4	45.5	3	△2	27.3
電気機械	4	36.4	6	2	54.5	4	△2	36.4
電子部品・デバイス	7	70.0	9	2	90.0	7	△2	70.0
輸送用機械	8	66.7	10	2	83.3	9	△1	75.0
その他製造業	5	33.3	5	0	33.3	4	△1	26.7
非製造業	60	36.8	63	3	38.7	61	△2	37.4
建設業	9	34.6	11	2	42.3	10	△1	38.5
運輸業	5	50.0	8	3	80.0	6	△2	60.0
情報通信	1	50.0	1	0	50.0	1	0	50.0
卸・小売業	28	38.4	28	0	38.4	29	1	39.7
サービス業	15	41.7	11	△4	30.6	11	0	30.6
その他非製造業	2	12.5	4	2	25.0	4	0	25.0

図表10 資本金別設備投資実施割合

(単位：社、%)

	回答企業数	2021年度下期		2022年度上期		2022年度下期	
		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	311	133	42.8	147	47.3	129	41.5
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	36	27	75.0	31	86.1	27	75.0
5,000万円以上1億円未満	62	28	45.2	26	41.9	25	40.3
1,000万円以上5,000万円未満	183	64	35.0	78	42.6	62	33.9
1,000万円未満	21	5	23.8	3	14.3	6	28.6

資本金別の実施割合は、「10億円以上」100.0%、「1億円以上10億円未満」86.1%など、資本金規模が大きいほど高かった（図表10）。

(2) 投資金額

設備投資金額は、全産業が前期比増減率△6.0%、

製造業で同+29.6%、非製造業では同△36.8%と、製造業は増加する一方、非製造業では減少した。前期比で増加した業種は、製造業で「鉄鋼・非鉄金属製品」など9業種、非製造業で「その他非製造業」など3業種であった（図表11）。

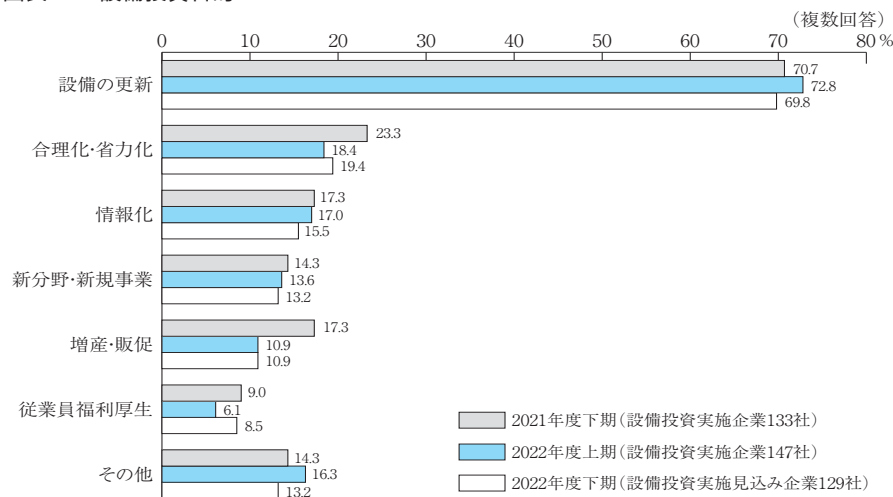
図表11 業種別設備投資金額

(単位：百万円、%)

	2021年度 下期実績	2022年度上期実績・予定				2022年度下期予定		
	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	15,147	14,236	△911	△6.0	15,086	850	6.0	
製造業	7,020	9,099	2,079	29.6	9,564	465	5.1	
飲食料品	118	384	266	225.1	280	△104	△27.0	
繊維・繊維製品	328	86	△242	△73.8	13	△73	△84.9	
木材・木製品	513	163	△350	△68.2	116	△47	△28.8	
紙・紙加工品	214	595	381	178.0	65	△530	△89.1	
化学	3,050	2,507	△543	△17.8	3,100	593	23.7	
窯業・土石製品	171	241	70	40.9	310	69	28.6	
鉄鋼・非鉄金属製品	512	2,421	1,909	372.9	1,152	△1,269	△52.4	
はん用・生産用・業務用機械	2	292	290	14,510.0	71	△221	△75.7	
電気機械	203	388	185	91.1	229	△159	△41.0	
電子部品・デバイス	867	895	28	3.2	1,153	258	28.8	
輸送用機械	932	1,001	69	7.4	2,807	1,806	180.4	
その他製造業	110	126	16	14.5	268	142	112.7	
非製造業	8,127	5,137	△2,990	△36.8	5,522	385	7.5	
建設業	174	403	229	131.6	265	△138	△34.2	
運輸業	72	156	84	116.7	144	△12	△7.7	
情報通信	190	5	△185	△97.4	48	43	860.0	
卸・小売業	7,139	3,959	△3,180	△44.5	4,083	124	3.1	
サービス業	542	325	△217	△40.1	936	611	188.2	
その他非製造業	10	289	279	2,790.0	46	△243	△84.1	

※百万円未満四捨五入。

図表12 設備投資目的



2. 2022年度下期予定

(1) 実施予定企業

設備投資を実施予定の企業は、全産業で129社、実施割合41.5%（△5.8ポイント）であり、製造業が45.9%（△10.9ポイント）、非製造業が37.4%（△1.3ポイント）と、いずれも前期比低下した。実施割合の高い業種をみると、「輸送用機械」75.0%、「電子部品・デバイス」70.0%などであった（図表9）。

資本金別では、2022年度上期と同様に、資本金規模が大きいほど実施予定割合が高いが、「1,000万円未満」28.6%（+14.3ポイント）のみ前期比で増加した（図表10）。

(2) 投資金額

設備投資金額は、全産業が前期比増減率+6.0%、製造業で同+5.1%、非製造業では同+7.5%と、前期と比べていずれも増加する見通しとなった。

前期比で増加した業種は、製造業で「輸送用機械」など5業種、非製造業で「サービス業」など3業種となっている（図表11）。

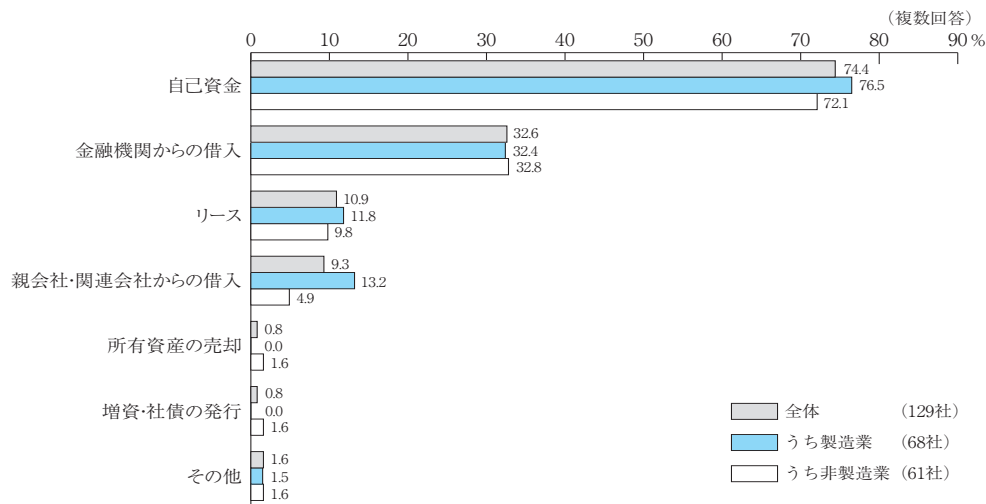
(3) 投資目的と資金調達方法（複数回答）

2022年度下期に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」69.8%であり、次いで「合理化・省力化」19.4%が続いた（図表12）。資金調達方法は、「自己資金」74.4%が最も高く、次いで「金融機関からの借入」32.6%が続いた（図表13）。

(4) 設備投資を実施しない理由

2022年度下期に設備投資を実施しない理由をみると、全産業では、「設備投資が一巡した」48.3%が最も高く、次いで「受注（売上）の見通しがたたない」32.2%、「利益の見通しがたたない」31.1%が続いた（図表14）。

図表13 2022年度下期に設備投資を実施予定している企業の資金調達方法



図表14 2022年度下期に設備投資をしない理由（設備投資を実施しない企業180社）（複数回答、単位：％）

業種	回答企業数	設備投資が一巡した	受注(売上)の見通しがたたない	利益の見通しがたたない	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	180	48.3	32.2	31.1	10.6	1.1	8.9
製造業	79	53.2	22.8	17.7	7.6	1.3	12.7
非製造業	101	44.6	39.6	41.6	12.9	1.0	5.9
建設業	16	56.3	50.0	25.0	6.3	0.0	6.3
運輸業	4	25.0	25.0	25.0	50.0	0.0	25.0
情報通信	1	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	44	47.7	47.7	56.8	6.8	0.0	9.1
サービス業	24	33.3	33.3	41.7	16.7	0.0	0.0
その他非製造業	12	41.7	16.7	16.7	25.0	8.3	0.0

Ⅲ. 雇用動向

1. 雇用の過不足感

2022年7月の雇用過不足 BSI は、全産業で△38（製造業△34、非製造業△42）となり、前期（2022年1月）に比べ非製造業でやや不足感が強まった。不足感のある業種は、製造業で±0の「飲食料品」を除く11業種、非製造業で6業種すべてであった。部門別では4部門とも不足感があり、不足感が最も強い部門は、「製造」△41（△2割）であった（図表15）。

2. 雇用人員

2023年4月見込みの雇用人員 BSI は、全産業+22、製造業+24、非製造業+19と、製造業・非製造業ともに正社員を中心に増加することが予想される（図表16）。製造業と非製造業いずれも、正社員とパート等ともに2022年比で増加するとした割合が減少するとした割合を上回り、プラス値となった。

3. 採用

2023年春に新規採用を見込む企業数は180社、全産業が前年比+14.6%、製造業で同+25.7%、非製造業では同+5.7%とともに、前年比増加となった。また、新規採用の見込み人数は1,218人、全産業が同+12.5%、製造業で同+34.0%、非製造業では同+5.6%と、製造業・非製造業ともに増加であった。採用企業数と新規採用人数ともに昨年春よりも増加する計画となっている（図表17）。

Ⅳ. 賃金・賞与

1. 賃金

2022年春の賃金について、全産業で「引き上げ

図表16 2023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	22	6	
製 造 業	24	4	
非 製 造 業	19	8	

※2022年4月と比較した2023年4月の雇用人員（増・減） BSI

図表15 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	
	2022年 1月	2022年 7月	2022年 1月	2022年 7月	2022年 1月	2022年 7月	2022年 1月	2022年 7月	2022年 1月	2022年 7月
全 産 業	△38	△38	△11	△14	△41	△37	△39	△41	△31	△35
製 造 業	△35	△34	△10	△15	△39	△32	△41	△39	△17	△25
飲 食 料 品	△24	0	0	△ 6	△28	△14	△45	△17	△ 5	△13
繊 維 ・ 繊 維 製 品	0	△50	△ 8	△ 9	△50	△33	△25	△58	△10	△20
木 材 ・ 木 製 品	△29	△25	△20	△13	△50	△20	△29	△43	△25	△60
紙 ・ 紙 加 工 品	△50	△70	0	△50	0	△29	△63	△70	0	△56
化 学	△38	△27	△25	△15	△43	△42	△38	△20	0	△10
窯 業 ・ 土 石 製 品	△44	△29	△11	△33	△25	△20	△56	△57	△44	△40
鉄 鋼 ・ 非 鉄 金 属 製 品	△42	△35	△17	△24	△36	△25	△42	△41	△17	△13
は ん 用 ・ 生 産 用 ・ 業 務 用 機 械	△60	△55	△ 5	△ 9	△47	△45	△55	△55	△17	△30
電 気 機 械	0	△27	0	△36	0	△30	0	△18	△50	△18
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	△33	△60	△22	0	△56	△30	△22	△60	△38	△25
輸 送 用 機 械	△67	△25	0	18	△44	△30	△67	△33	0	△22
そ の 他 製 造 業	△32	△33	△12	△14	△53	△55	△33	△33	△21	△30
非 製 造 業	△40	△42	△11	△14	△44	△46	-	-	△40	△43
建 設 業	△62	△65	△15	△26	△68	△63	-	-	△41	△48
運 輸 業	△58	△50	△30	△11	△25	△33	-	-	△63	△71
情 報 通 信	△50	△50	0	△50	△50	△50	-	-	0	△50
卸 ・ 小 売 業	△26	△29	△13	△ 3	△30	△39	-	-	△38	△37
サ ー ビ ス 業	△48	△43	△ 5	△16	△35	△38	-	-	△46	△39
そ の 他 非 製 造 業	△18	△53	0	△36	△33	△50	-	-	△30	△62

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。

図表17 新規採用計画

(単位：社、人、%)

	採用企業数			採用人員数								
	2022年春採用実績	2023年春採用見込み	前年比増減率	2022年春採用実績	2022年春採用実績			2023年春採用見込み	2023年春採用見込み			前年比増減率
					正規	非正規	無回答		正規	非正規	無回答	
全産業	157	180	14.6	1,083	954	122	7	1,218	910	109	199	12.5
製造業	70	88	25.7	262	258	4	0	351	341	6	4	34.0
飲食料品	7	9	28.6	20	20	0	0	30	30	0	0	50.0
繊維・繊維製品	3	5	66.7	3	3	0	0	12	9	1	2	300.0
木材・木製品	3	4	33.3	17	16	1	0	15	15	0	0	△11.8
紙・紙加工品	6	8	33.3	16	16	0	0	19	19	0	0	18.8
化学	8	10	25.0	63	62	1	0	67	64	3	0	6.3
窯業・土石製品	2	3	50.0	5	3	2	0	7	5	2	0	40.0
鉄鋼・非鉄金属製品	11	10	△9.1	36	36	0	0	34	34	0	0	△5.6
はん用・生産用・業務用機械	3	4	33.3	6	6	0	0	14	14	0	0	133.3
電気機械	7	10	42.9	18	18	0	0	32	32	0	0	77.8
電子部品・デバイス	5	7	40.0	15	15	0	0	32	32	0	0	113.3
輸送用機械	9	10	11.1	29	29	0	0	41	41	0	0	41.4
その他製造業	6	8	33.3	34	34	0	0	48	46	0	2	41.2
非製造業	87	92	5.7	821	696	118	7	867	569	103	195	5.6
建設業	14	19	35.7	43	43	0	0	40	37	0	3	△7.0
運輸業	6	3	△50.0	12	12	0	0	8	7	1	0	△33.3
情報通信	2	2	0.0	16	16	0	0	13	13	0	0	△18.8
卸・小売業	39	42	7.7	548	523	21	4	583	388	7	188	6.4
サービス業	19	19	0.0	188	88	97	3	202	103	95	4	7.4
その他非製造業	7	7	0.0	14	14	0	0	21	21	0	0	50.0

図表18 2022年春の賃金について

(単位：%)

	引き上げた (ベースアップ)	引き上げた (定期昇給)	引き上げた (ベースアップ・ 定期昇給の両方)	引き下げた	変更なし	その他
全産業	20.3	37.1	15.8	0.6	24.2	1.9
製造業	15.5	41.9	21.6	0.7	19.6	0.7
飲食料品	10.5	36.8	15.8	0.0	36.8	0.0
繊維・繊維製品	33.3	33.3	0.0	8.3	25.0	0.0
木材・木製品	12.5	62.5	12.5	0.0	12.5	0.0
紙・紙加工品	10.0	50.0	10.0	0.0	30.0	0.0
化学	0.0	60.0	26.7	0.0	6.7	6.7
窯業・土石製品	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属製品	23.5	29.4	29.4	0.0	17.6	0.0
はん用・生産用・業務用機械	36.4	45.5	9.1	0.0	9.1	0.0
電気機械	9.1	27.3	36.4	0.0	27.3	0.0
電子部品・デバイス	30.0	30.0	30.0	0.0	10.0	0.0
輸送用機械	0.0	41.7	50.0	0.0	8.3	0.0
その他製造業	6.7	46.7	26.7	0.0	20.0	0.0
非製造業	24.7	32.7	10.5	0.6	28.4	3.1
建設業	34.6	23.1	15.4	3.8	19.2	3.8
運輸業	30.0	20.0	0.0	0.0	30.0	20.0
情報通信	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	20.5	39.7	13.7	0.0	24.7	1.4
サービス業	28.6	28.6	2.9	0.0	40.0	0.0
その他非製造業	12.5	37.5	6.3	0.0	37.5	6.3

図表19 2022年春の賃金について（資本金別）

（単位：％）

	引き上げた (ベースアップ)	引き上げた (定期昇給)	引き上げた (ベースアップ・ 定期昇給の両方)	引き下げた	変更なし	その他
全 体	20.3	37.1	15.8	0.6	24.2	1.9
10億円以上	0.0	33.3	44.4	0.0	11.1	11.1
1億円以上10億円未満	11.4	34.3	31.4	0.0	17.1	5.7
5,000万円以上1億円未満	17.7	41.9	17.7	0.0	22.6	0.0
1,000万円以上5,000万円未満	25.1	37.2	12.6	1.1	22.4	1.6
1,000万円未満	9.5	28.6	0.0	0.0	61.9	0.0

た（定期昇給）」37.1%、「引き上げた（ベースアップ）」20.3%、「引き上げた（ベースアップ・定期昇給の両方）」15.8%と、賃上げ予定の企業は合わせて全体の73.2%であった（図表18）。資本金別にみると、賃上げ予定の合計は「10億円以上」が77.7%と、最も割合が高かった（図表19）。

2. 賞 与

2022年度夏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91.0%（前年比+2.3ポイント）となった。製造業では91.9%（同+3.6

ポイント）、非製造業は90.2%（同+1.2ポイント）と、製造業・非製造業ともに前年を上回った（図表20）。資本金別にみると、「支給した・支給する予定」は「10億円以上」100.0%が最も高かった（図表21）。また、2022年度夏季賞与の支給月数を全産業でみると、2021年度夏季と比較して「支給月数を増やした」と「2021年度夏季は支給しなかった」を合わせて26.5%と約4社に1社が支給月数を増やしている。支給月数を増やした企業割合は製造業が非製造業を上回った（図表22）。

図表20 夏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
	2021年度 夏季 (2021年 7月調査)	2022年度 夏季 (2022年 7月調査)	
全 産 業	88.7	91.0	2.3
製 造 業	88.3	91.9	3.6
飲 食 料 品	87.0	89.5	2.5
繊維・繊維製品	76.5	83.3	6.8
木材・木製品	100.0	100.0	0.0
紙・紙加工品	100.0	90.0	△10.0
化学	100.0	100.0	0.0
窯業・土石製品	92.3	87.5	△4.8
鉄鋼・非鉄金属製品	92.9	100.0	7.1
はん用・生産用・業務用機械	90.9	90.9	0.0
電気機械	80.0	90.9	10.9
電子部品・デバイス	80.0	80.0	0.0
輸送用機械	100.0	100.0	0.0
その他製造業	84.2	86.7	2.5
非 製 造 業	89.0	90.2	1.2
建 設 業	96.4	100.0	3.6
運 輸 業	92.3	80.0	△12.3
情 報 通 信	100.0	100.0	0.0
卸・小売業	91.8	90.4	△1.4
サ ー ビ ス 業	76.2	83.3	7.1
その他非製造業	90.0	93.8	3.8

図表21 2022年度夏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	91.0	9.0
10億円以上	100.0	0.0
1億円以上10億円未満	94.4	5.6
5,000万円以上1億円未満	90.3	9.7
1,000万円以上5,000万円未満	91.8	8.2
1,000万円未満	76.2	23.8

図表22 2021年度夏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	2021年度 夏季は支給 しなかった
全 産 業	23.7	56.9	16.6	2.8
製 造 業	32.4	50.7	16.2	0.7
非製造業	15.6	62.6	17.0	4.8

V. 経営上の課題

企業が抱える経営上の課題は、全産業で「資材などの仕入価格上昇」67.2%が最も高く、次いで「売上の確保」61.7%、「人材・人員の確保」60.8

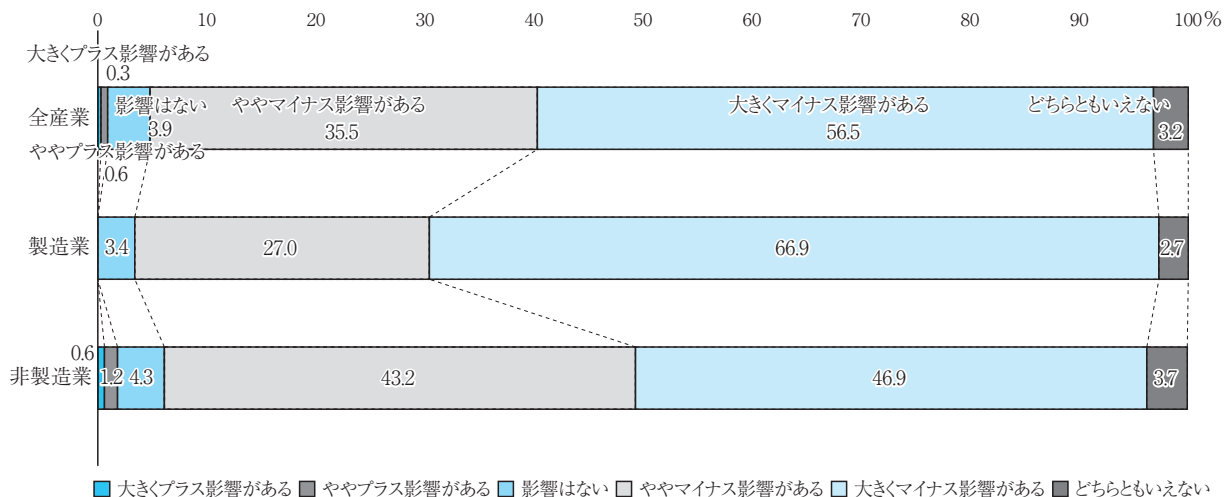
%が続いた。「資材などの仕入価格上昇」は2021年1月調査時に第7位であったが、前回調査と前々回調査で第3位に上昇し、今回調査で第1位となった。今年に入り原材料価格高騰の影響が、より一層企業経営へ悪影響を及ぼしていることが

図表23 企業が抱える経営上の課題

(複数回答、単位：社、%)

	回答企業数	仕入価格などの上昇	売上の確保	人材・人員の確保	原油・ガソリン価格の変動	電気料金の変動	設備の老朽化	他社との競合	人件費の上昇	事業承継	資金繰り	在庫水準	為替レート	商品・サービスの価格の低下	風評被害の影響	輸入品との競合
全産業	311	67.2	61.7	60.8	46.6	40.2	37.0	28.0	25.7	14.1	13.8	9.6	8.4	3.9	3.5	1.6
製造業	148	83.1	54.7	60.8	48.0	55.4	48.6	23.6	23.0	13.5	13.5	8.1	10.8	4.1	2.0	3.4
飲食料品	19	78.9	63.2	31.6	57.9	52.6	57.9	21.1	21.1	15.8	15.8	5.3	10.5	5.3	10.5	0.0
繊維・繊維製品	12	91.7	50.0	58.3	83.3	58.3	41.7	8.3	25.0	41.7	8.3	16.7	16.7	8.3	0.0	25.0
木材・木製品	8	100.0	37.5	62.5	62.5	37.5	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0
紙・紙加工品	10	70.0	70.0	70.0	40.0	50.0	50.0	50.0	20.0	30.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0
化学	15	93.3	33.3	53.3	46.7	46.7	53.3	26.7	0.0	6.7	0.0	6.7	33.3	0.0	0.0	6.7
窯業・土石製品	8	87.5	62.5	62.5	75.0	62.5	75.0	12.5	25.0	12.5	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼・非鉄金属製品	17	100.0	47.1	64.7	35.3	70.6	35.3	41.2	35.3	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9
はん用・生産用・業務用機械	11	81.8	72.7	81.8	36.4	18.2	45.5	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
電気機械	11	90.9	72.7	54.5	54.5	45.5	45.5	18.2	36.4	9.1	27.3	9.1	18.2	9.1	0.0	0.0
電子部品・デバイス	10	60.0	80.0	90.0	30.0	90.0	60.0	40.0	40.0	10.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0
輸送用機械	12	58.3	33.3	58.3	16.7	50.0	66.7	8.3	25.0	16.7	25.0	8.3	16.7	16.7	0.0	0.0
その他製造業	15	80.0	46.7	66.7	46.7	73.3	33.3	20.0	20.0	13.3	13.3	6.7	6.7	6.7	6.7	0.0
非製造業	163	52.8	68.1	60.7	45.4	26.4	26.4	31.9	28.2	14.7	14.1	11.0	6.1	3.7	4.9	0.0
建設業	26	88.5	80.8	69.2	38.5	7.7	7.7	34.6	11.5	19.2	3.8	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0
運輸業	10	20.0	90.0	80.0	90.0	0.0	50.0	10.0	30.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
情報通信	2	0.0	0.0	100.0	0.0	50.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
卸・小売業	73	60.3	60.3	54.8	47.9	31.5	26.0	34.2	32.9	13.7	13.7	19.2	8.2	2.7	9.6	0.0
サービス業	36	38.9	75.0	58.3	38.9	38.9	36.1	25.0	41.7	16.7	22.2	0.0	5.6	2.8	0.0	0.0
その他非製造業	16	18.8	62.5	62.5	37.5	18.8	25.0	43.8	0.0	12.5	18.8	18.8	6.3	18.8	6.3	0.0

図表24 原油・原材料価格高騰が及ぼしている影響



うかがえる。

「資材などの仕入価格上昇」は特に製造業で83.1%（非製造業比+30.3ポイント）と高く、非製造業では「売上の確保」が68.1%（製造業比+13.4ポイント）と高かった（図表23）。

Ⅵ. 原油・原材料価格高騰の影響について

ロシアによるウクライナ侵攻など海外情勢変化や物流費の高騰、急激な円安進行などを受けて、原油・原材料価格が高騰しており、企業経営の大きなマイナス要因となっているものとみられる。ガソリン価格が1リッターあたり170円台となり、ガソリン高騰は物流のみならず消費者個人の行動を制約することとなっている。

そこで本章では、県内企業の原油・原材料価格高騰の影響について、アンケート調査を実施した。

1. 原油・原材料価格高騰が及ぼしている影響

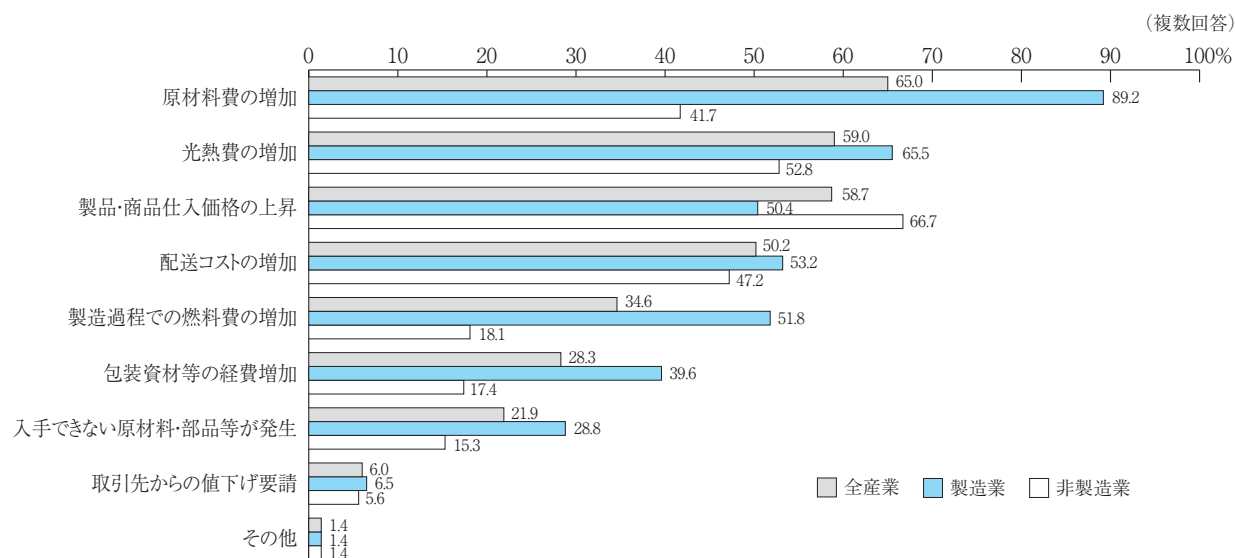
原油・原材料価格高騰の影響については、全産業で「大きくプラス影響がある」または「ややプラス影響がある」とプラス判断した割合は合わせ

て0.9%にとどまり、「大きくマイナス影響がある」または「ややマイナス影響がある」とマイナス判断した割合は合わせて92.0%に達した。製造業ではプラス判断はゼロであり、マイナス判断した割合は合わせて93.9%であり、非製造業ではプラス判断は1.8%と割合が小さく、マイナス判断した割合が合わせて90.1%となった。「大きくマイナス影響がある」と回答した割合は、製造業が非製造業を20.0ポイント上回っており、製造業でより深刻となっている（図表24）。

2. 原油・原材料価格高騰が及ぼしている具体的な影響

原油・原材料価格高騰によりマイナス影響があると回答した企業に具体的な影響を尋ねた。全産業では「原材料費の増加」65.0%、「光熱費の増加」59.0%などの順であり、製造業では「原材料費の増加」89.2%、非製造業では「製品・商品仕入価格の上昇」66.7%が最も割合が高かった。「光熱費の増加」と「配送コストの増加」は製造業と非製造業とも5割ほどあり、製造業と非製造業を限らず、さまざまな範囲にマイナス影響が及んでいるものとみられる（図表25）。

図表25 原油・原材料価格高騰が及ぼしている具体的な影響



3. 原油・原材料価格高騰の影響を軽減するための対策

原油・原材料価格高騰の影響を軽減するためにとっている対策については、全産業で「販売価格への転嫁」64.5%、「仕入先との価格交渉」48.4%などの順となり、直接的な価格面での対策が上位となった。「販売価格への転嫁」は製造業で73.6%と7割を超えており、多くの企業が価格転嫁に取り組んでいる。一方、「仕入先の変更」15.2%、「大量仕入の実施」5.2%、「他社との共同仕入」1.9%と、間接的な価格面での対策は、直接的な価格面での対策より低めである。まずは直接的な価格面や経費面から対策に取り組んでいるものとみられる（図表26）。

4. 販売価格への転嫁実施状況

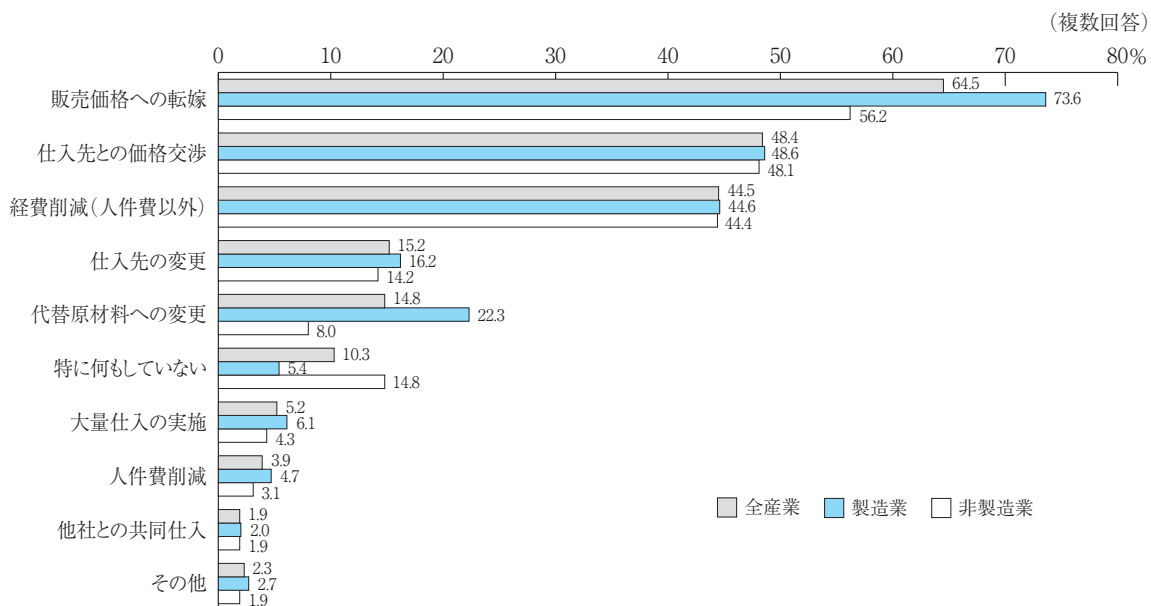
原油・原材料価格高騰の影響を軽減するための対策として「販売価格への転嫁」と回答した企業に何割ほど転嫁できているか状況を尋ねた。全産業で「ほとんど（9割以上）転嫁した」が13.7%、「おおむね（5割以上～9割未満）転嫁した」が31.5%と合わせて45.2%であり、価格転嫁が半分

以上進んだ企業は半数に達していない。「一部（1割以上～5割未満）転嫁した」が42.6%と4割の企業では価格転嫁が一部分にとどまり、「ほとんど（1割未満）転嫁できていない」が12.2%と1割を占めた。製造業・非製造業別にみると、「ほとんど（9割以上）転嫁した」と「おおむね（5割以上～9割未満）転嫁した」に大きな差はないが、製造業では「ほとんど（1割未満）転嫁できていない」が16.7%（非製造業比+10.0ポイント）と非製造業に比べ高かった（図表27）。

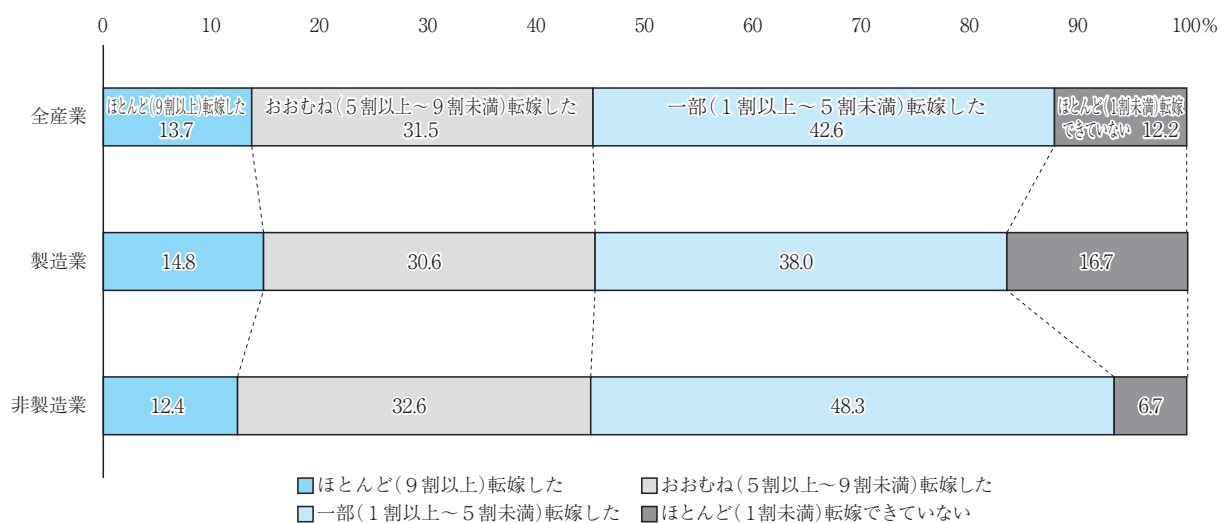
5. 販売価格へ転嫁を行わない理由

原油・原材料価格高騰の影響を軽減するための対策として「販売価格への転嫁」と回答しなかった企業にその理由について尋ねた。全産業で「他社競合があるため」46.8%、「価格交渉が難しい」35.1%などの順となった。製造業では「価格交渉が難しい」57.1%（非製造業比+35.1%）が最も高く、他にも「売上維持のため仕方がない」28.6%（同+18.4ポイント）が非製造業との大きな差がみられた。一方、非製造業では「価格転嫁するほどではない」18.6%（製造業比+12.9ポイント）が製造業に

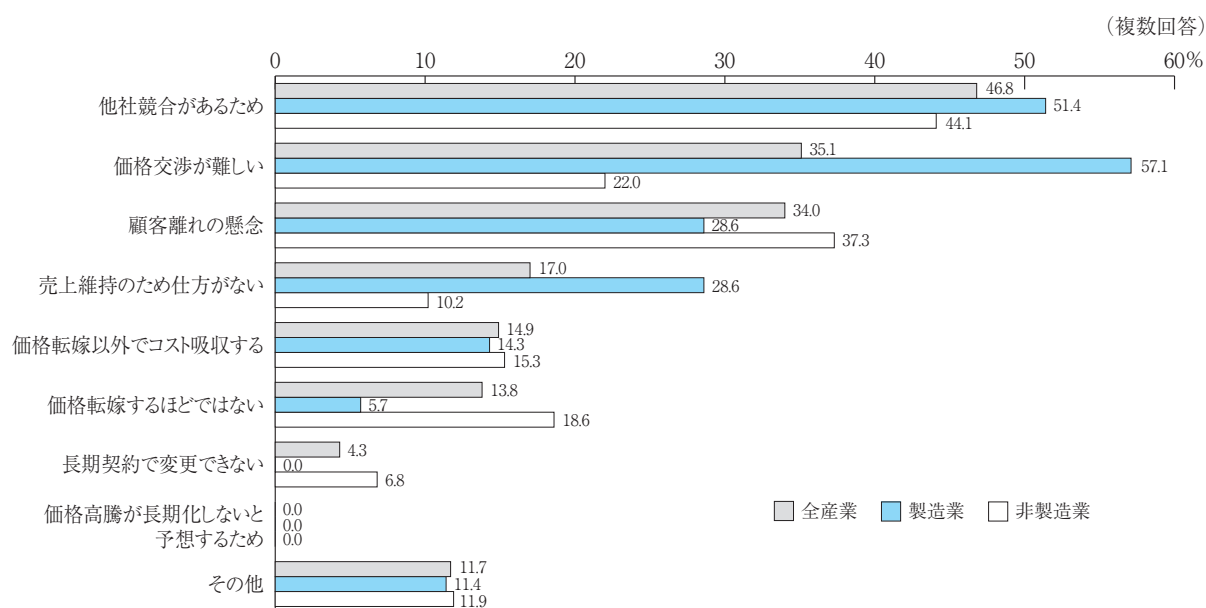
図表26 原油・原材料価格高騰の影響を軽減するための対策



図表27 販売価格への転嫁状況



図表28 販売価格へ転嫁を行わない理由



比べ高かった。「原油・原材料価格高騰が及ぼしている影響」の設問でみたとおり製造業は非製造業に比べ影響度合いが強いことから、「価格転嫁するほどではない」とする企業割合は小さく、価格転嫁を検討しているが、現実には価格交渉の難しさなどから価格転嫁が進んでいないものと思われる（図表28）。

6. 原油・原材料価格高騰の影響についてのまとめ

原油・原材料価格高騰は、9割を超える多くの企業にマイナス影響を及ぼしている。特に製造業では7割近くが「大きくマイナス影響がある」と回答しており、製造業でより深刻となっている。具体的な影響としては、製造業で「原材料費の増加」が9割ほど、非製造業で「製品・商品仕入価格の上昇」が7割ほどを占め、それぞれ製造コスト

ト、仕入コストの増加につながっている。影響を軽減するための対策としては、「販売価格への転嫁」64.5%、「仕入先との価格交渉」48.4%と、まずは価格面での対策中心となっているが、転嫁実施状況については、5割以上転嫁できている割合は半数に達していない。販売価格へ転嫁することが理想ではあるが、現実的には「他社競合があるため」「価格交渉が難しい」「顧客離れの懸念」といった理由から、価格転嫁が充分に行われておらず、企業側の負担となっているものと思われる。

Ⅶ. 県内企業・事業者の声

県内企業・事業者の皆さまから、原材料価格高騰や新型コロナウイルスの影響を中心に、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>

原油・原材料価格高騰により収益悪化につながっており、国や自治体からの支援を求める声など多くの意見が寄せられた。

[主な意見]

- 原油・原材料価格高騰で利益が圧迫されている。
- 配送コストや光熱費の増加分は価格転嫁できないので、収益が圧縮されている。
- 受注はあっても人不足であり、単価を上げて募集しても人が集まらない。
- 急激なコロナ感染者増加によって先行きが不透明になった。

（担当：高橋宏幸）

業 種	地域	自 由 意 見
製 飲 食 料 品	県 南	新型コロナウイルスの急増は何が原因なのか、また国（自治体）は無対策でいいのか疑問である。原材料購入価格の上昇はロシア・ウクライナ戦争の影響が出てきたので今後心配である。
	会津・南会津	販売単価に転嫁するも、値差補償（スーパー等において価格が変更手続き完了するまで値上げした分を補填すること）が発生している。 何時までたっても終わりのないコロナ騒動、ワクチン接種の追加と続いて、政府と医療業界、そしてマスコミには不信感しかない。我々国民がもっと声をあげていかないとならない。紛争による原油・原材料価格高騰、金融問題を仕掛けている勢力も世界中の人々で叩いていかないと、いつまでも混乱は続くのではないか。
造 木 材 ・ 木 製 品	県 南	ウッドショックにより中身のない売上増加となっている。 保有する大型トラック15台の燃料代が、昨年と比べると半期で800万円増加している。運送業はよくやってると思う。国の考え通りに賃金を上げることができるなら教えてほしいです。労働時間は少なくするのに、規制ばかり厳しくとても会社運営はできなくなりそう。
業 紙 ・ 紙 加 工 品	いわき	すべての企業で売価への転嫁を計っているが、力関係での提示売価について限界利的的な考え方で失注を防ぐ方法も一法かと思う。
化 学	いわき	原油高及び円安により、原材料価格が高騰し、利益が圧迫されている。幸いながらそこまで値上げが反映されていない状況の中、売上高は順調であり、増加傾向にある。
窯業・土石製品	相 双	原油高による重油軽油価格の高騰と原料の価格上昇の影響は大きく、収益の減少となっている。価格転嫁が出来ないと今後の収益状況の見通しはかなり厳しい。

業種	地域	自由意見
製 造 業	北 県	安定的なサプライチェーンの構築や価格転嫁などに対する業界内での連携強化が必須と考える。
		今期は仕事量、特に公共事業が少なく、決算の時期が近づいても挽回できず1カ月の売上に相当する赤字決算となる予想です。景気対策としても通常くらいの量は予算を取って出してくれれば、大手企業が受注して中小企業に下請け発注してくれるので今まで通りの仕事量が来ますが、今回は大手からの受注量が無く、大きな穴が開いてしまいました。
	中 県	原油高騰によるすべての経費が増加しているが、すぐに商品価格に転嫁するのは難しい。仕入価格は上昇、商品価格は上げられないという悪循環になっている。コロナ禍の反動により仕事が集中することで、人件費が増大している。経費増大による利益の減少からの人件費の増大であり、あまり良く無い連鎖に入っていると思う。
	会津・ 南会津	コロナの影響を脱し昨年業績が上向いたところで、昨年来じわじわと上がり続けていた原材料費と燃料費がロシアのウクライナ侵略と円高のダブルパンチで一気に加速した状態になった。悪影響は、コロナより深刻と考えている。得意先への価格転嫁交渉は進めているが、次回受注時からの値上げならば可とする客先も多く、刈り取りはまだまだ先の見通しとなっており、今は自助努力でしのぐしかない。金融政策の是非について素人評論は差し控えるが、政府には、早急な対応策の掲示を期待したい。
	はん用・ 生産用・ 業務用機械	いわき
電 気 機 械	中 県	原材料価格値上げに対し、国へ補助金等を要望します。電気料金の値上げに伴い、太陽光発電（自家消費に対する）助成金制度を拡大したらどうか。
	会津・ 南会津	新型コロナウイルス感染症拡大による受注減少は回復傾向にあるが、人手難があり安定した生産が見通せないため雇用調整（休業）を引き続き実施している。
	相 双	材料となる電子部品が市場に無い状態であり、入手困難な状況がいつまで続くか心配である。
電 子 部 品 ・ デ バ イ ス	中 県	値上げの春～秋であり、特に電気代ガソリン代が売価に転嫁出来ないで利益減少になっている。また、従業員を募集しているが、人が集まらない。受注に対して人不足で、取引先から文句を言われていて残業対応しているが間に合わない。そしてコストアップにもなっている。人材募集単価を上げてても人が集まらなくて困っている。派遣料金も高くなっており、利益がますます出なくなっている。
その他製造業	北 県	印刷業界において、かつて経験したことがない原材料価格の値上げである。しかも、値上げ要請は第1弾から現在では第3弾となっている。また、エネルギーコストの上昇は、販売価格への転嫁が進まないことと相まって、トリプルパンチの要因となっている。企業努力の限界を超え、採算が取れない事態を招いています。
非製造業 建 設 業	北 県	貸し渋りや貸し剥がしといった金融機関の動きと、政府対応をみると不況への坂道にいると思う。抜本的な対応をしないと壊滅するかと。

業 種		地域	自 由 意 見
非 製 造 業	建 設 業	県 中	資材価格上昇と納期遅延が続いている状況で、生産性の低下を懸念しております。
		会津・ 南会津	原油価格高騰、ウクライナ紛争の長期化が予想されている今日、ガソリン価格の動向から目が離せません。節約術として不要不急の外出を自粛しています。
		いわき	商品の不動産（宅地）を担保提供して借入れをしているが更新が180日毎なのでせめて360日にするなど、この不況には特別な配慮が欲しい。赤字企業であっても今は非常事態なので、積極的な融資をすべきである。また、後継者が育たないので、個人保証を取るべきではない。
	運 輸 業	県 北	コロナ・ウクライナ侵攻に伴う影響で原油価格高騰や仕事量の減少による価格（運賃）の低下、そしてサーチャージがもらえていない現状が非常に大きな問題として直面している。
		会津・ 南会津	ようやく経済活動が活発化しこれからという時に現在の急激なコロナ感染者増となり先行きが不透明となった。
		いわき	元請けからの作業料金が安いので、自社での努力では難しい。
	卸・小売業	県 北	コロナによってお客様の流れ（来店数）が激しく変わるので売上見込や人員を適正にすることが大変難しい状況です。
			既存のシステムから脱却（業務の効率化、新しい事業展開に向けてのシステム構築）すること、人材力強化（制度面を含め）と担当は考えます。
			原油価格では、仕入コストと製品運搬費に対して影響がある。一部輸出があり、円安はやや追風となる。コロナ感染では、社員体制に人員不足という問題があり、感染増加において、営業訪問の不足を来している。
		県 中	原油・原材料価格高騰による相次ぐ値上げは、新型コロナウイルス禍で落ち込んだ売上の回復に水を差す懸念がある。また、最近の物価高の影響で家計の防衛意識が高まる中、値上は消費者の商品選びに影響を及ぼすと思われる。
			商品価格高騰のため、しばらく、買いたい物は我慢するという得意先が多い。
	会津・ 南会津	食品卸という業種で自社配送をしており、仕入商品の価格上昇分は販売価格で対応しているが、配送コスト（ガソリン代等）や光熱費の増加分は、販売価格への転嫁が出来ないので、売上が伸びないなか利益が圧縮され苦しい状況が続いている。	
原油・原材料価格高騰よりも鉄・非鉄相場の変動による影響が大きい。ウクライナ問題までは相場高、それ以降、相場が下落した。5月、6月での収益は大幅に悪化した。			
サ ー ビ ス 業	県 北	現在、県民割の適用で県内在住の方を中心に宿泊数を保っているなか、コロナ第7波の影響や原材料価格高騰や光熱費の上昇など、今後の集客と売上に響いていく事が不安です。	
	いわき	価格高騰によりすべての物が値上がりしているが、対策として個々でとるしかないのが現状であると思います。社会全体で考えるべき課題だと思います。	
その他非製造業	いわき	販売価格については現在の取引先との交渉は当然、新規先開拓による「販売先ポートフォリオ」の見直しを図る。	