

2022年の景気見通し、最低賃金の改定 についてのアンケート調査結果

(今回のアンケート調査の目的、狙い)

(株)ちばぎん総合研究所(千葉経済センターから調査を受託)では、県内企業に対し、「2022年の景気見通し」、「最低賃金の改定」について以下の要領でアンケート調査を実施した。

業種別・本社所在地別・規模別回答企業数

	合計	本社所在地		企業規模	
		県内	県外	大企業	中小企業
全産業	197	179	18	81	116
製造業	104	93	11	25	79
食料品	22	18	4	9	13
石油・化学	8	5	3	2	6
プラスチック	7	6	1	1	6
窯業・土石	8	8	0	2	6
鉄鋼・非鉄金属	11	11	0	1	10
金属製品	13	11	2	2	11
一般・精密機械	9	9	0	3	6
電気機械	8	8	0	2	6
輸送用機械	9	9	0	3	6
その他製造	9	8	1	0	9
非製造業	93	86	7	56	37
建設	15	13	2	5	10
運輸・倉庫	8	8	0	3	5
卸売	15	12	3	9	6
小売	15	15	0	12	3
ホテル・旅館	10	9	1	6	4
サービス	30	29	1	21	9

注) 大企業、中小企業の区分は下記による。

大企業…資本金1億円以上。ただし、卸売業は5,000万円以上、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円以上とする。

中小企業…資本金1億円未満。ただし、卸売業は5,000万円未満、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円未満とする。

調査要領

1. 対象企業… 千葉県内に本社または事業所を有する企業
2. 方 法… 郵送によるアンケート方式
3. 実施期間… 配付：2021年 12月 1日
回収：2022年 1月13日
4. 回答状況… 調査対象企業 559社
内有効回答数 197社
有効回答率 35.2%

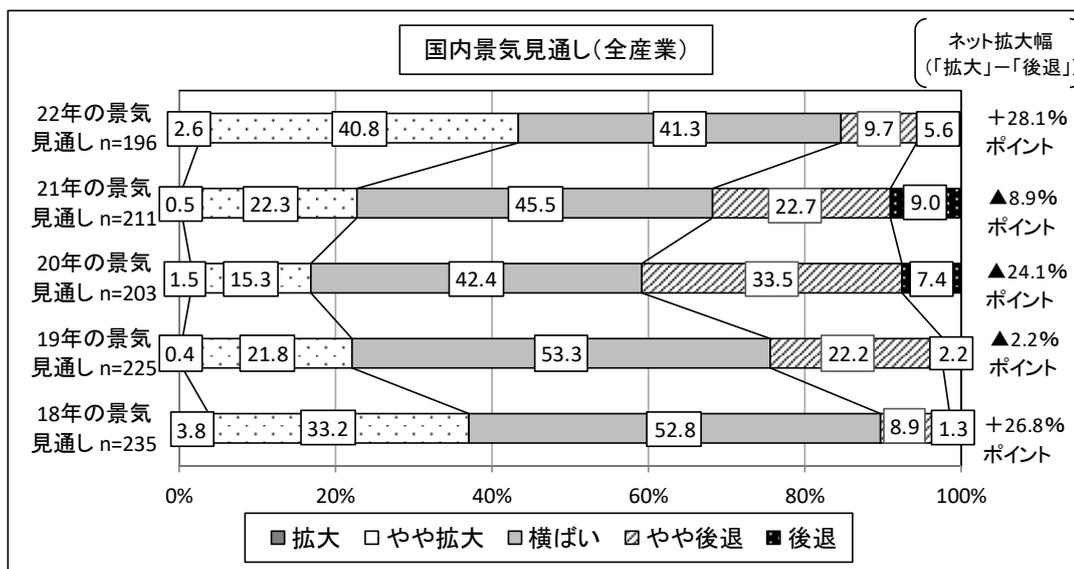
(注) 調査票の回収数は197だが、設問ごとで回答数が異なるため、各問での有効回答数(母数:n)は異なる。

1. 2022年の景気見通し

(1) 22年の国内景気は21年と比べてどのようになるとみていますか。

22年の国内景気見通しについて、「拡大」（「拡大」＋「やや拡大」）するとみる企業は、43.4%、「後退」（「後退」＋「やや後退」）とする企業は15.3%と、4年ぶりに「拡大」が「後退」を上回った（全産業）。

「拡大」社数構成比から「後退」社数構成比を引いたネット拡大率は+28.1%ポイントと、調査を開始した15年以降で最も大きいプラス幅となった。

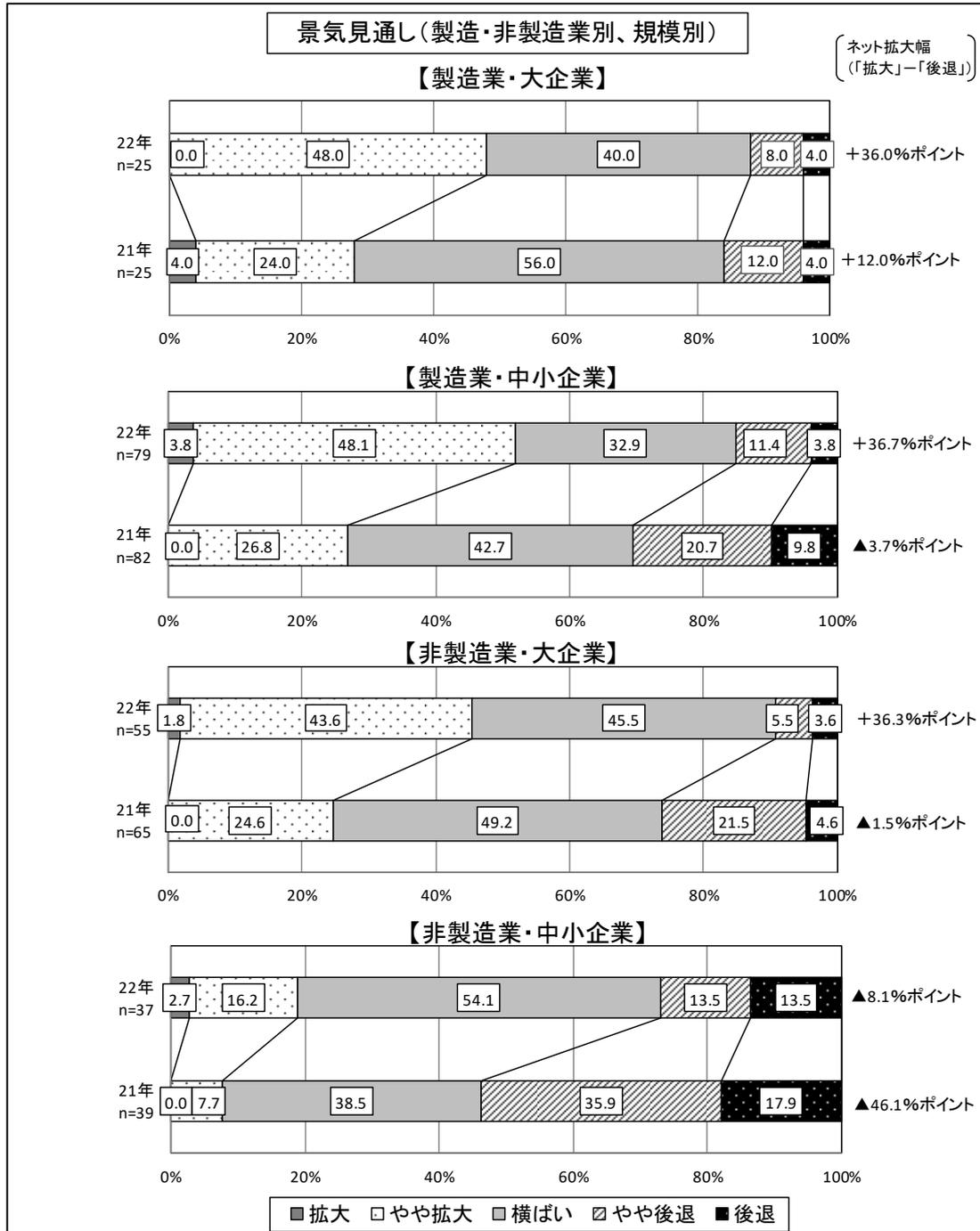


【アンケート回収期間中の市況の動き】

	回収期間	為替相場 (東京市場17時時点)	日経平均株価終値
(今回) 22年の景気 見通し	21年12月1日 ～22年1月13日	114.28円/ドル	28,565.20円
(今回) 21年の景気 見通し	20年12月1日 ～21年1月12日	103.73円/ドル	26,938.27円
20年の景気 見通し	19年12月2日 ～20年1月15日	109.16円/ドル	23,656.62円
19年の景気 見通し	18年11月30日 ～19年1月16日	111.29円/ドル	20,847.16円
18年の景気 見通し	17年12月1日 ～18年1月16日	112.66円/ドル	23,036.47円

(出所) 日本経済新聞、日本銀行

製造・非製造業別及び規模別にみると、全てのセグメントで「拡大」先割合が増加し「後退」割合が減少している。こうした中で、非製造業中小企業は、大幅改善しつつも、ネット拡大幅の水準は引き続き水面下となっている。



業種別・規模別にみると、景気が「拡大」（「拡大」＋「やや拡大」とみる企業が多い（50%超）業種は、製造業で、「鉄鋼非鉄」（大企業100.0%、中小企業60.0%）、「石油化学」（大企業100.0%）、食料品（中小企業76.9%）」など。非製造業では、「運輸倉庫」（大企業66.7%）、サービス業（大企業52.4%）などとなっている。

22年の国内景気見通し(業種別・規模別)

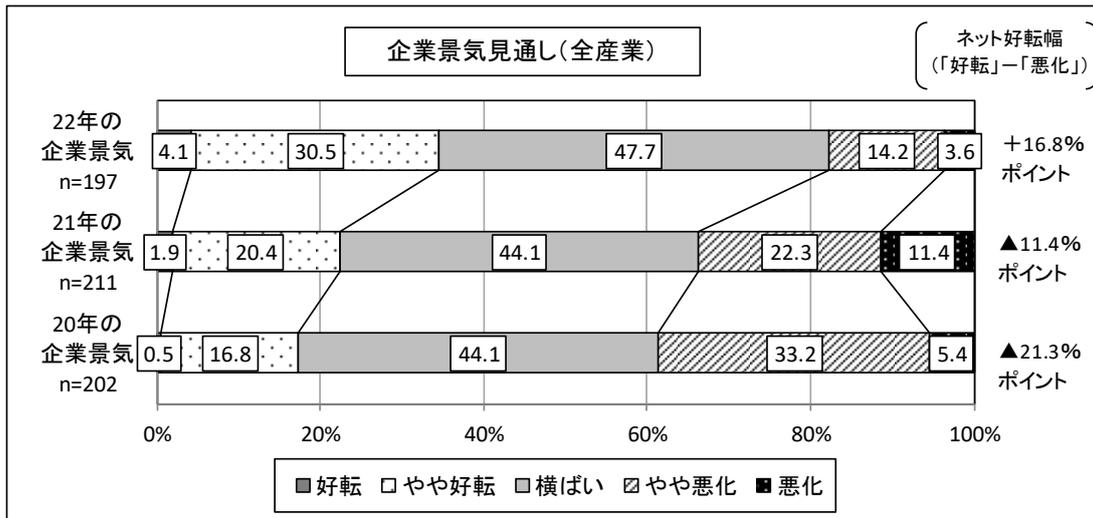
(単位:%)

	製造業									
	大企業					中小企業				
	拡大	やや拡大	横ばい	やや後退	後退	拡大	やや拡大	横ばい	やや後退	後退
食料品	0.0	33.3	44.4	22.2	0.0	0.0	76.9	15.4	0.0	7.7
石油化学	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	16.7	16.7	50.0	16.7	0.0
プラスチック	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	16.7	50.0	16.7	16.7
窯業土石	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	16.7	16.7	66.7	0.0	0.0
鉄鋼非鉄	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	60.0	10.0	20.0	10.0
金属製品	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	54.5	36.4	9.1	0.0
一般精密	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	50.0	33.3	16.7	0.0
電気機械	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	16.7	33.3	33.3	16.7	0.0
輸送用機械	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0
その他製造業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
合計	0.0	48.0	40.0	8.0	4.0	3.8	48.1	32.9	11.4	3.8

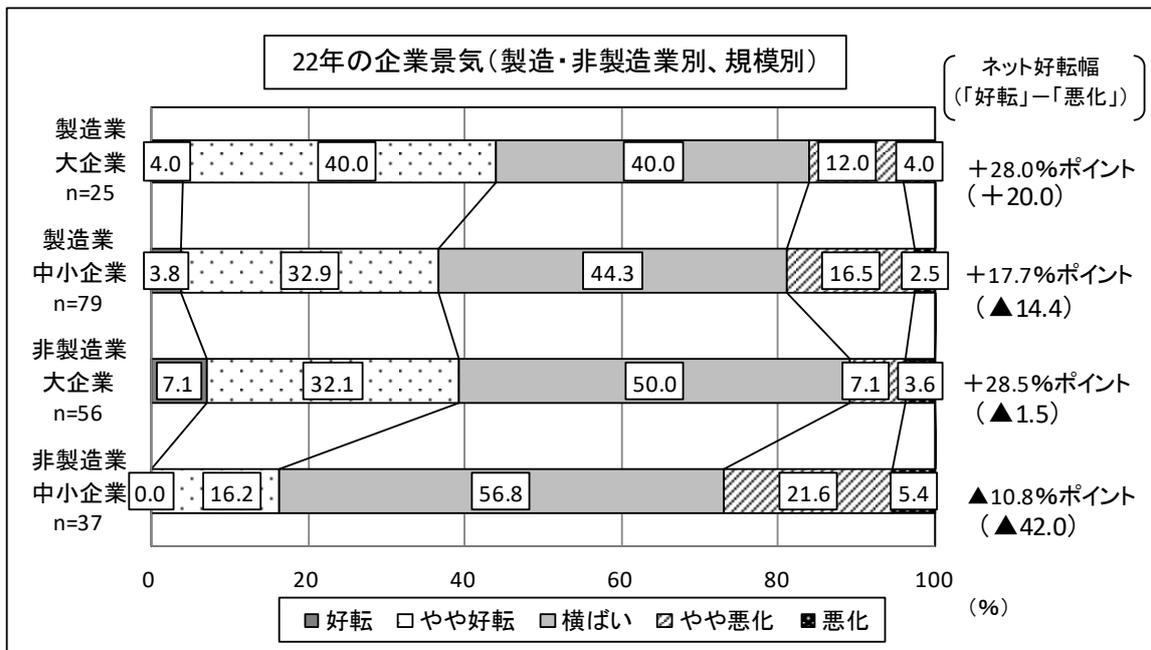
	非製造業									
	大企業					中小企業				
	拡大	やや拡大	横ばい	やや後退	後退	拡大	やや拡大	横ばい	やや後退	後退
建設業	0.0	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	20.0	50.0	10.0	20.0
運輸倉庫	0.0	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0
卸売業	0.0	37.5	37.5	12.5	12.5	0.0	16.7	33.3	16.7	33.3
小売業	0.0	33.3	58.3	8.3	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
ホテル旅館	0.0	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0
サービス業	4.8	47.6	47.6	0.0	0.0	11.1	11.1	44.4	22.2	11.1
合計	1.8	43.6	45.5	5.5	3.6	2.7	16.2	54.1	13.5	13.5

(2) 22年の貴社の企業景気(業況)は21年と比べてどのようになるとみていますか。

22年の業況について、「好転」(「好転」+「やや好転」とみる企業は34.6%、「悪化」(「悪化」+「やや悪化」とみる企業は17.8%となり、「ネット好転幅(好転社数構成比-悪化社数構成比)」は+16.8%ポイントと3年ぶりにプラスに転化し、調査を開始した18年以降で最も大きいプラス幅となった。



製造・非製造業別及び規模別にみると、国内景気見通しと同様に、ネット好転幅は非製造業中小企業のみ「悪化超」となった。



() 内は20年12月調査実績、単位：%ポイント

業種別・規模別にみると、業況が「好転」（「好転」＋「やや好転」とみる先が多い（50%超）業種は、製造業では、「石油化学」（大企業 100.0%）、「プラスチック」（大企業 100.0%）など。非製造業では、「ホテル旅館」（大企業 66.7%）となった。

22年の企業景気見通し(業種別・規模別)

(単位:%)

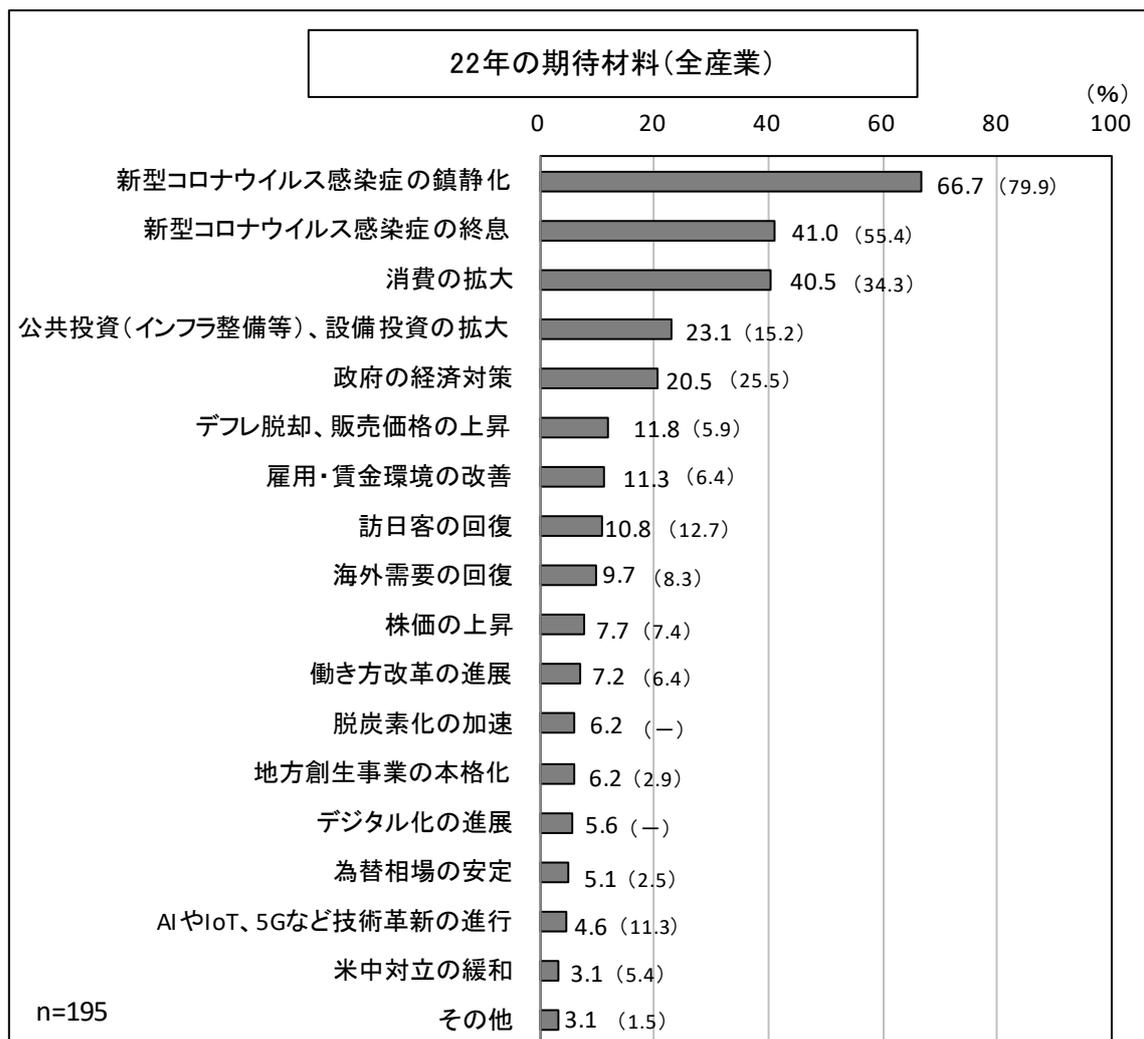
	製造業									
	大企業					中小企業				
	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化
食料品	0.0	22.2	55.6	22.2	0.0	0.0	53.8	38.5	0.0	7.7
石油化学	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0
プラスチック	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0
窯業土石	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	16.7	33.3	33.3	16.7	0.0
鉄鋼非鉄	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	30.0	30.0	0.0
金属製品	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	18.2	63.6	9.1	9.1
一般精密	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0	50.0	33.3	16.7	0.0
電気機械	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	33.3	16.7	33.3	16.7	0.0
輸送用機械	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0
その他製造業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	55.6	11.1	0.0
合計	4.0	40.0	40.0	12.0	4.0	3.8	32.9	44.3	16.5	2.5

	非製造業									
	大企業					中小企業				
	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化
建設業	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0	20.0	50.0	20.0	10.0
運輸倉庫	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	20.0	80.0	0.0	0.0
卸売業	0.0	22.2	44.4	22.2	11.1	0.0	33.3	33.3	16.7	16.7
小売業	16.7	25.0	41.7	16.7	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0
ホテル旅館	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	25.0	75.0	0.0	0.0
サービス業	9.5	38.1	52.4	0.0	0.0	0.0	0.0	55.6	44.4	0.0
合計	7.1	32.1	50.0	7.1	3.6	0.0	16.2	56.8	21.6	5.4

(3) 22年の期待材料(注目テーマ)は何ですか。(複数回答可)

22年の期待材料(注目テーマ)は、「新型コロナウイルス感染症の鎮静化」(66.7%)が最も多く、「新型コロナウイルス感染症の終息」(41.0%)、「消費の拡大」(40.5%)が続いた。

前年調査と比較すると、「公共投資、設備投資の拡大」(+7.9%ポイント)や「消費の拡大」(+6.2%ポイント)などが増加した。



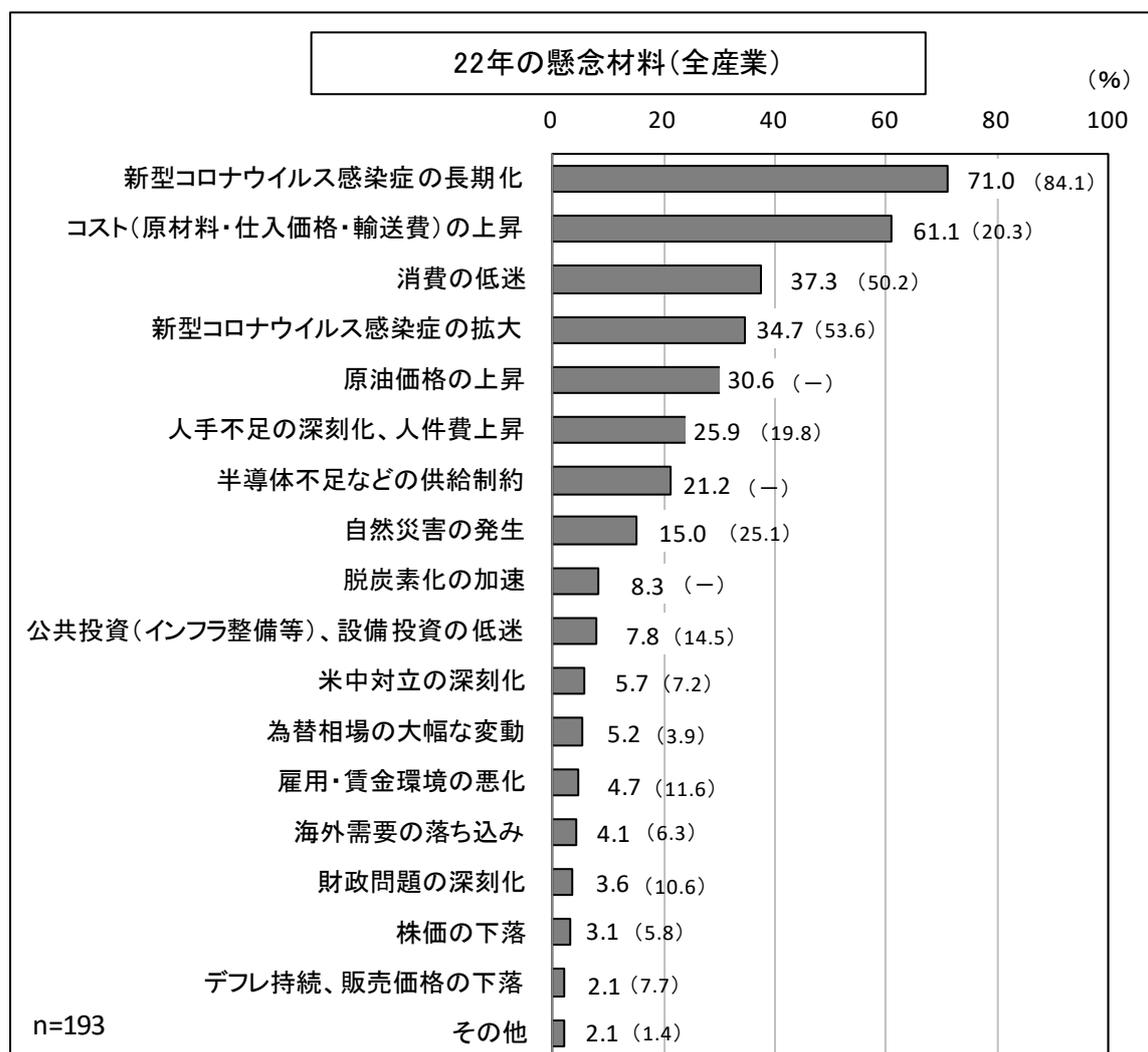
()内は20年12月調査実績、単位:%

(-)は今回よりアンケート項目に追加

(4) 22年の懸念材料（今後警戒すべきリスクイベント）は何ですか。（複数回答可）

22年の懸念材料（今後警戒すべきリスクイベント）では、「新型コロナウイルス感染症の長期化」(71.0%)が最も多く、「コスト（原材料・仕入価格・輸送費）の上昇」(61.1%)、「消費の低迷」(37.3%)が続いた。

前年調査と比較すると、「コスト（原材料・仕入価格・輸送費）の上昇」(+40.8%ポイント)、「人手不足の深刻化、人件費上昇」(+6.1%ポイント)などが増加する一方、「新型コロナウイルス感染症の拡大」(▲18.9%ポイント)、「新型コロナウイルス感染症の長期化」(▲13.1%ポイント)、「消費の低迷」(▲12.9%ポイント)などは減少した。

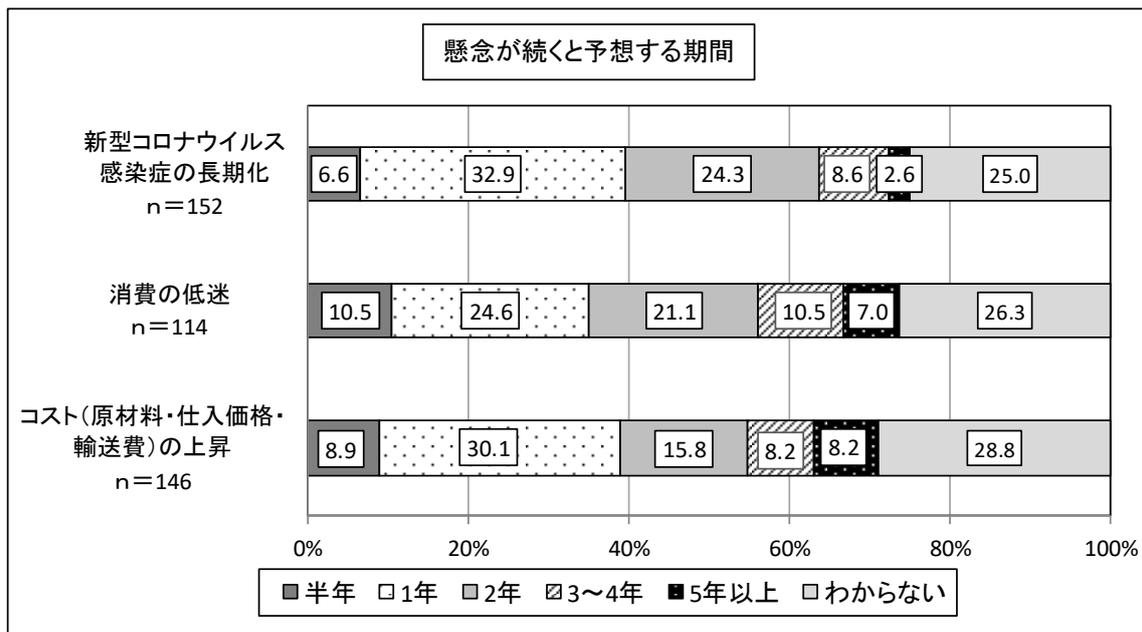


()内は20年12月調査実績、単位: %

(-)は今回よりアンケート項目に追加

(5) (4) で新型コロナウイルス感染症の長期化、消費の低迷、コスト（原材料・仕入価格・輸送費）の上昇を選択された企業にお伺いします。懸念はいつごろまで続くと予想されていますか。

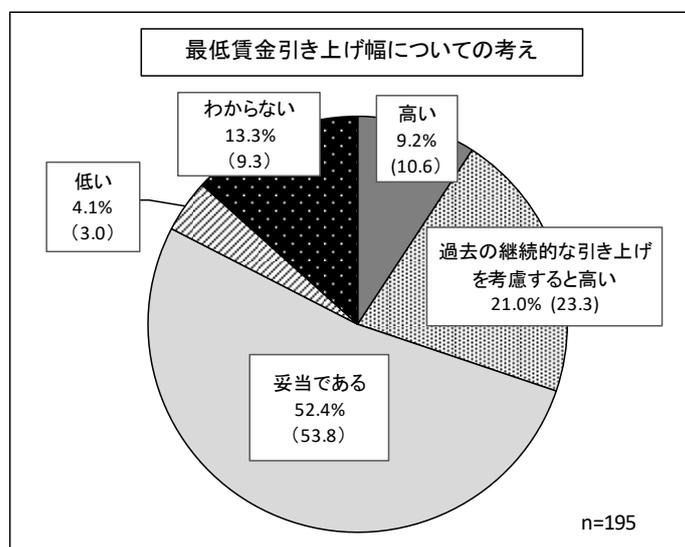
懸念が続く期間については、具体的な回答として、いずれも「1年」とする先が最も多く、「2年」がこれに続いた。



2. 最低賃金の改定の影響について

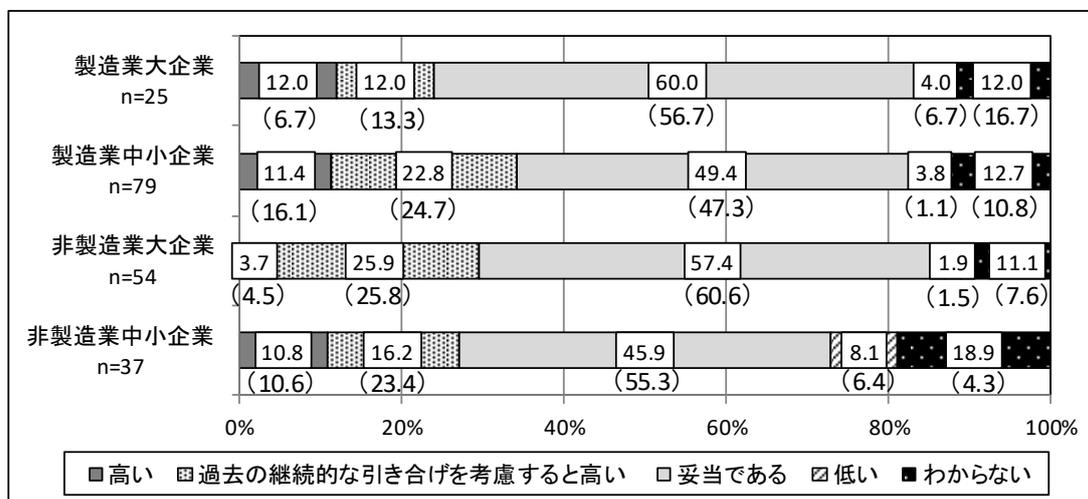
(1) 10月1日より、千葉県の最低賃金は、それまでの925円から28円引き上げとなる953円に改正されました。貴社では、この引き上げ幅（前年比約3%程度）についてどのようにお考えですか。

21年度の最低賃金の引き上げ幅（前年比約3%程度）について、「妥当である」とする企業は半数を超えた（52.4%）。また「高い」とする企業（「高い」（9.2%）＋「過去の継続的な引き上げを考慮すると高い」（21.0%））が3割にのぼる（30.2%）一方で、「低い」とする企業は4.1%にとどまった。前回調査時（18年9月<10月から3%程度引き上げ>）と比べると、「高い」とする企業が▲3.7%ポイント減少する一方、「低い」とする企業は＋1.1%ポイント増加した。



() 内は 18 年 9 月 調査実績、単位：%

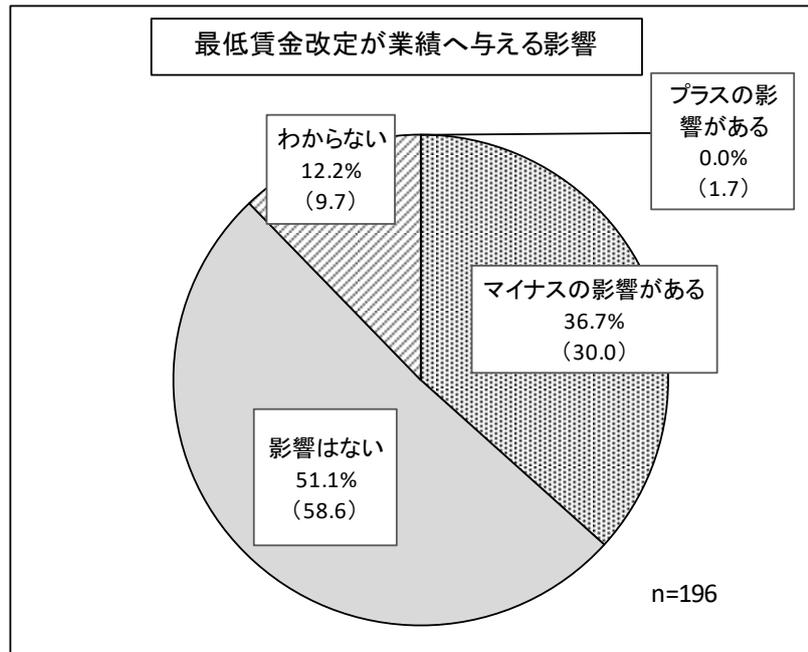
製造・非製造業別、規模別にみると、「高い」とする企業（「高い」＋「過去の継続的な引き上げを考慮すると高い」）は、「製造業中小企業」（34.2%）で最も多くなっている。



() 内は 18 年 9 月 調査実績、単位：%

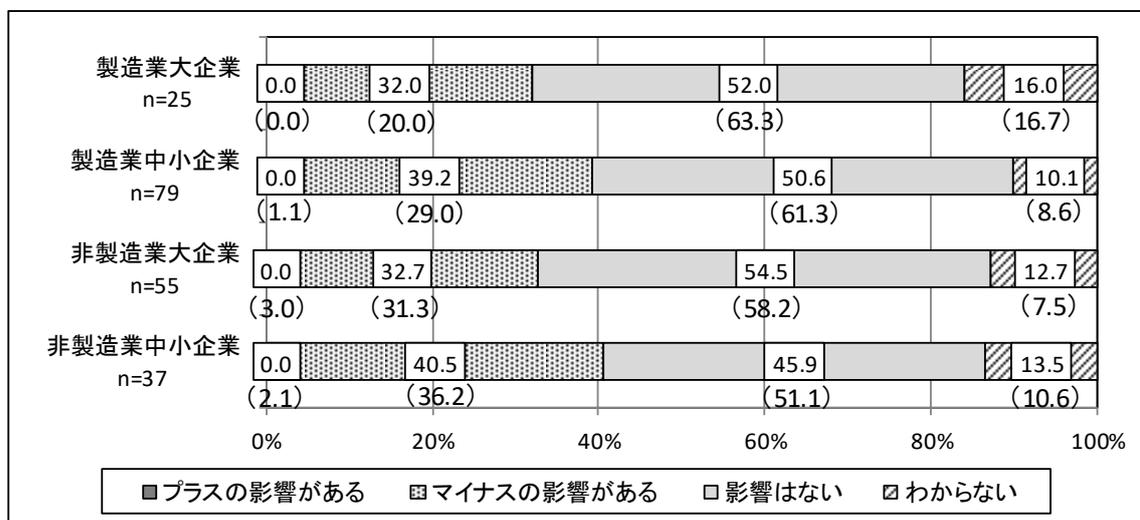
(2) 今回の最低賃金の引き上げは、貴社の業績にどのような影響がありますか。

最低賃金の引き上げが業績に及ぼす影響では、「影響はない」(51.1%)とする企業が最も多く、「マイナスの影響がある」(36.7%)、「わからない」(12.2%)が続いた。前回調査との比較では、「マイナスの影響がある」とする先が、+6.7%ポイント増加し、「影響はない」とする先が▲7.5%ポイント減少した。



() 内は 18 年 9 月調査実績、単位 : %

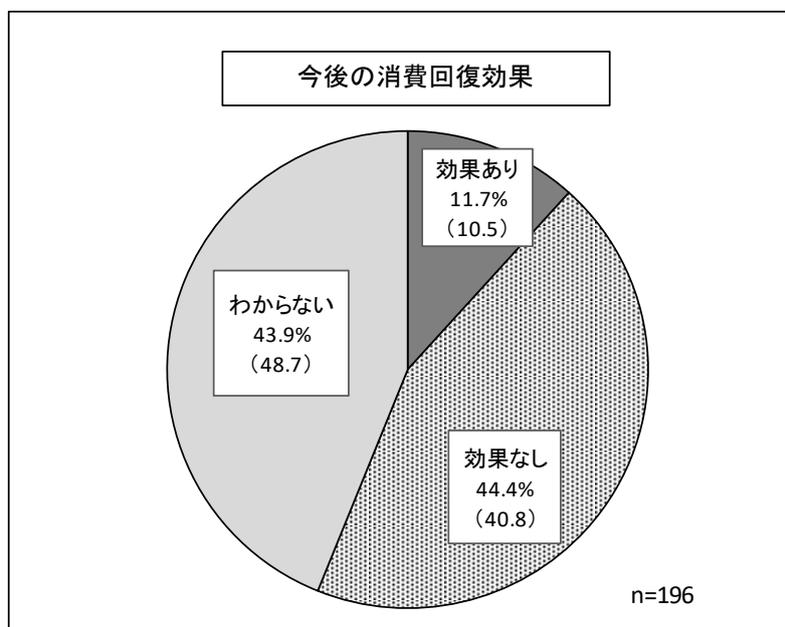
製造・非製造業別、規模別にみると、「マイナスの影響がある」の企業割合は、非製造業中小企業 (40.5%)、製造業中小企業 (39.2%)、非製造業大企業 (32.7%)、製造業大企業 (32.0%) の順となっている。



() 内は 18 年 9 月調査実績、単位 : %

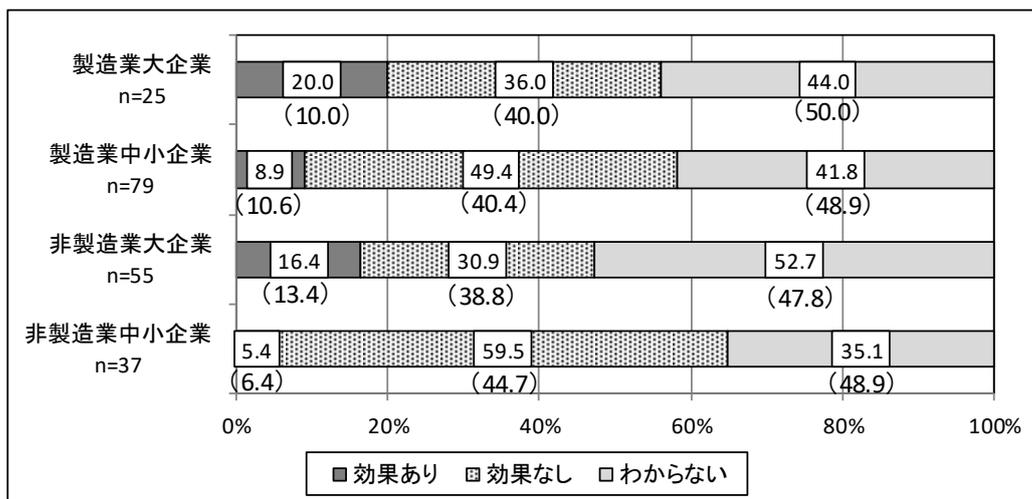
(3) 最低賃金の引き上げは今後の消費回復に効果があると思いますか。

最低賃金の引き上げによる消費回復の効果についての設問では、「効果なし」(44.4%)が最も多く、「わからない」(43.9%)が続き、「効果あり」は11.7%にとどまった。前回調査と比較すると、「効果なし」とする企業は+3.6%ポイント上昇した。



() 内は 18 年 9 月調査実績、単位 : %

製造・非製造業別、規模別にみると、「効果あり」の企業割合は、製造業大企業(20.0%)、非製造業大企業(16.4%)、製造業中小企業(8.9%)、非製造業中小企業(5.4%)の順となっている。



() 内は 18 年 9 月調査実績、単位 : %

以 上