

22 年度業績見通し、コスト転嫁状況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)

㈱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、「22年度業績見通し」、「コスト転嫁状況」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

(単位：社)

	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	202	187	15	77	125
製造業	103	93	10	19	84
食料品	20	16	4	9	11
石油・化学	5	3	2	2	3
プラスチック	7	7	0	1	6
窯業・土石	11	11	0	1	10
鉄鋼・非鉄金属	10	10	0	0	10
金属製品	14	11	3	2	12
一般・精密機械	9	9	0	2	7
電気機械	6	6	0	0	6
輸送用機械	10	10	0	2	8
その他製造	11	10	1	0	11
非製造業	99	94	5	58	41
建設	14	13	1	4	10
運輸・倉庫	10	10	0	2	8
卸売	13	11	2	8	5
小売	17	17	0	13	4
ホテル・旅館	9	8	1	5	4
サービス	36	35	1	26	10

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：2022年 9月1日
回収：2022年 10月13日
4. 回答状況… 調査対象企業 555社
内有効回答数 202社
有効回答率 36.4%

(注) 調査票の回収数は 202 だが、設問ごとに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。

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。

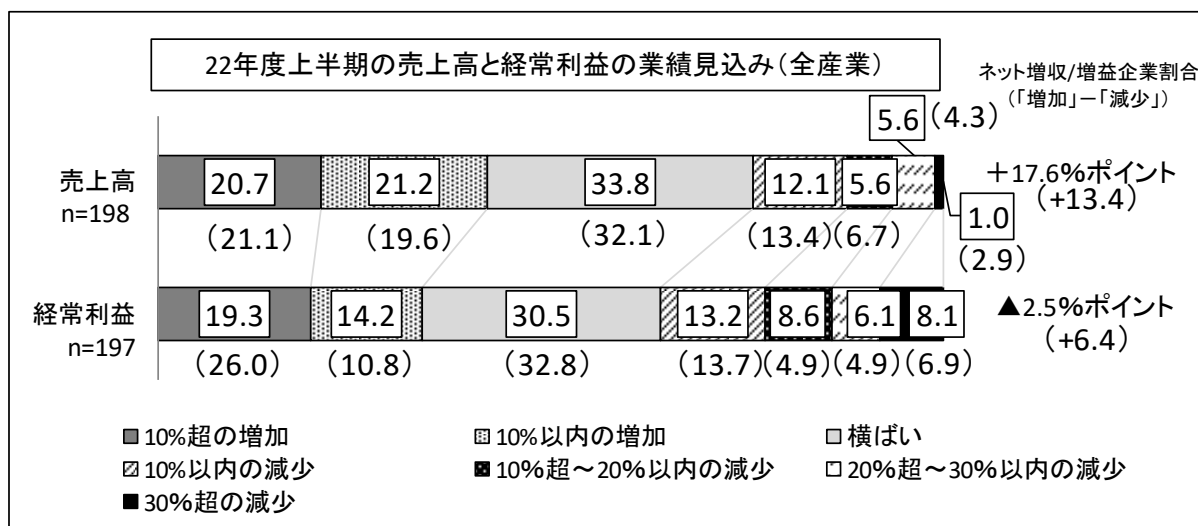
1. 22年度上半期決算実績見込みと通期見通し

(1) 貴社の22年度上半期売上高および経常利益(対21年度上半期比)の見込みについてお聞かせください。

22年度上半期の業績は、前年同期に比べ、増収減益の見込みとなった。

売上高は、増収企業の割合が41.9%(=20.7%+21.2%)、減収企業の割合が24.3%(=12.1%+5.6%+5.6%+1.0%)となり、「増収」企業割合から「減収」企業割合を引いたネット増収企業割合は+17.6%ポイントと、前年調査の+13.4%ポイントを上回った。

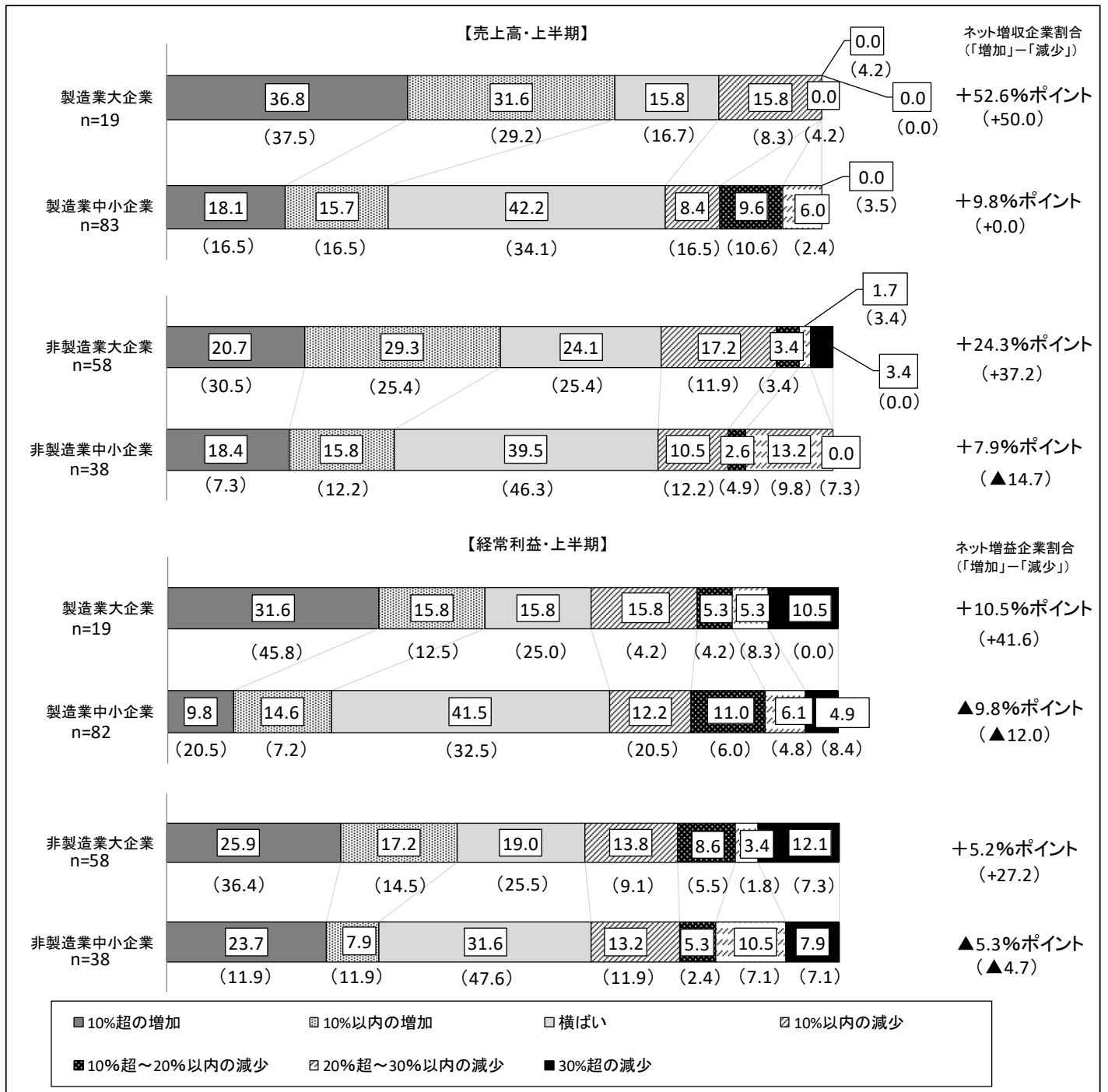
一方、経常利益は、ネット増益企業割合(「増益」企業割合 - 「減益」企業割合)が▲2.5%ポイントとなり、前年の+6.4%ポイントから悪化した。



() 内は21年9月調査実績、単位：%

	調査期間	回答数	期間中の日経平均 終値平均	期間中の為替相場 (ドル円)の平均
今回	22年9月1日~10月13日	202	27,220.40円	143.72円/ドル
21年9月調査	21年9月1日~10月12日	214	29,389.08円	110.66円/ドル

製造・非製造業別、規模別にみると、売上高は、すべてのセグメントでネット増収企業割合がプラスとなった。一方、経常利益については、大企業は製造業、非製造業ともプラスとなる一方、中小企業ではいずれもマイナスとなった。

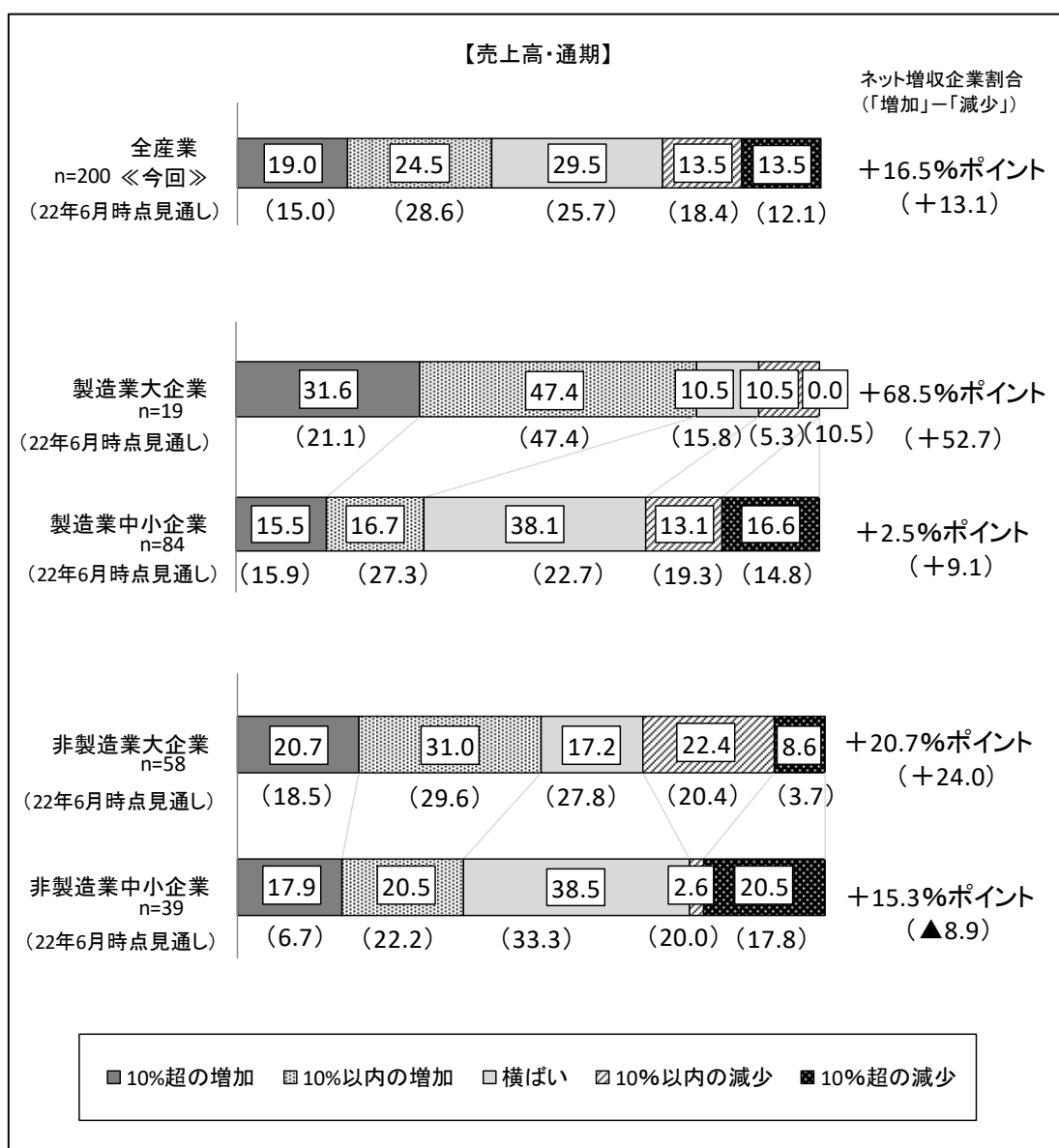


() 内は 21 年 9 月 調査実績、単位：%

(2) 貴社の22年度通期売上高および経常利益(対21年度通期比)の見込みについてお聞かせください。

通期の業績見込みをみると、売上高(全産業)は、ネット増収企業割合が+16.5%ポイントと、6月時点の見通し(+13.1%ポイント)から上振れた。

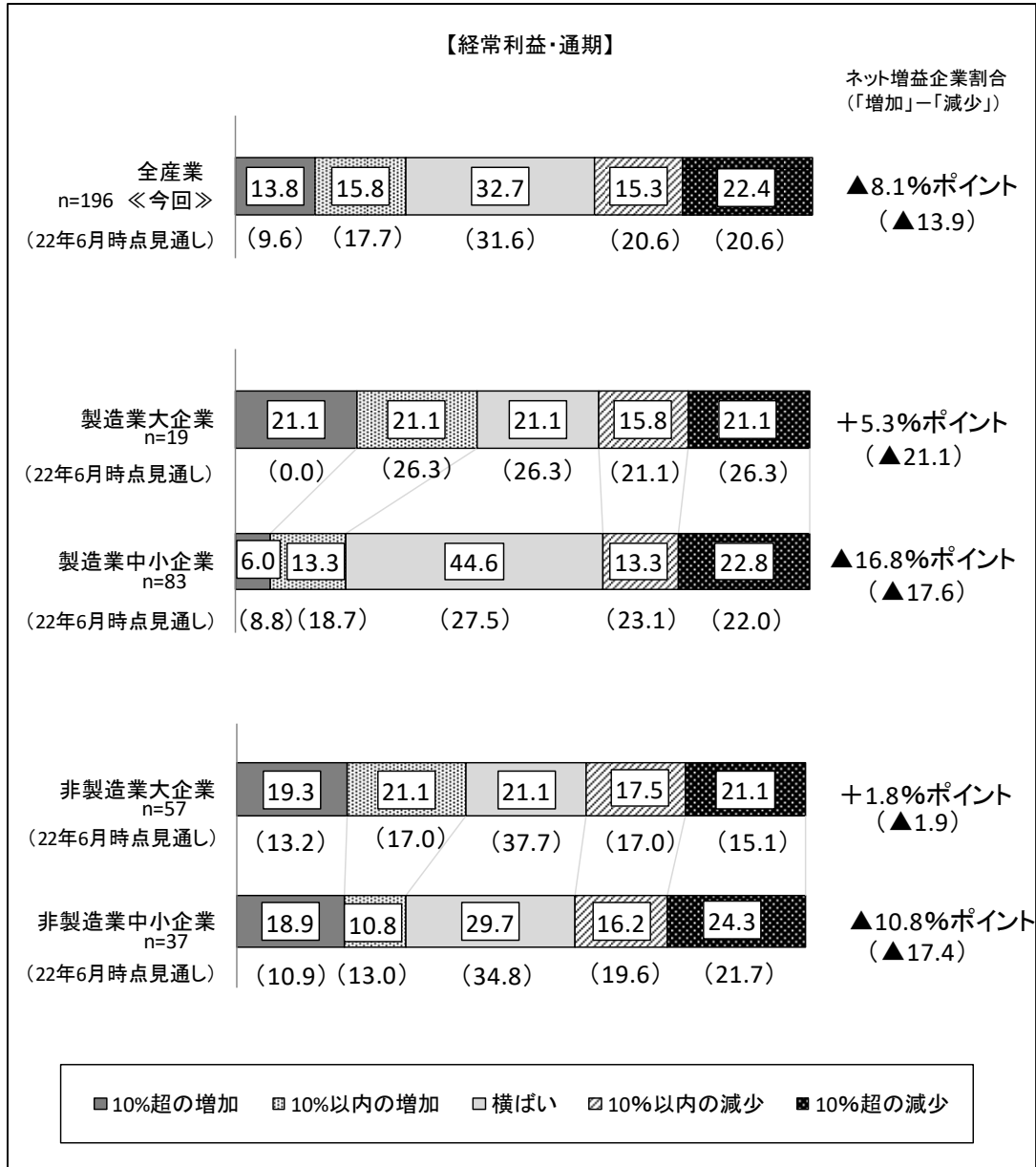
製造・非製造業別、規模別にみると、6月時点で唯一マイナスだった非製造業中小企業がプラスに転じ、すべてのセグメントでプラスとなった。



単位：%

経常利益（全産業）については、ネット増益企業割合が▲8.1%ポイントのマイナスとなったものの、22年6月時点見通し（▲13.9%ポイント）からは改善した。

製造・非製造業別、規模別にみると、大企業が製造・非製造ともにプラスとなる一方、中小企業はいずれも水面下となっている。



単位：%

経常利益の見込みについて業種別にみると、通期増益を見込む企業の割合が高い業種は、製造業で「電気機械」（輸出関連需要増加）、「石油・化学」（市況高）、非製造業で「ホテル・旅館」（行動制限の緩和等）となっている。

一方、通期減益を見込む企業の割合が高い業種は、製造業は「食料品」（コスト上昇）、非製造業では「運輸・倉庫」（同）となっている。

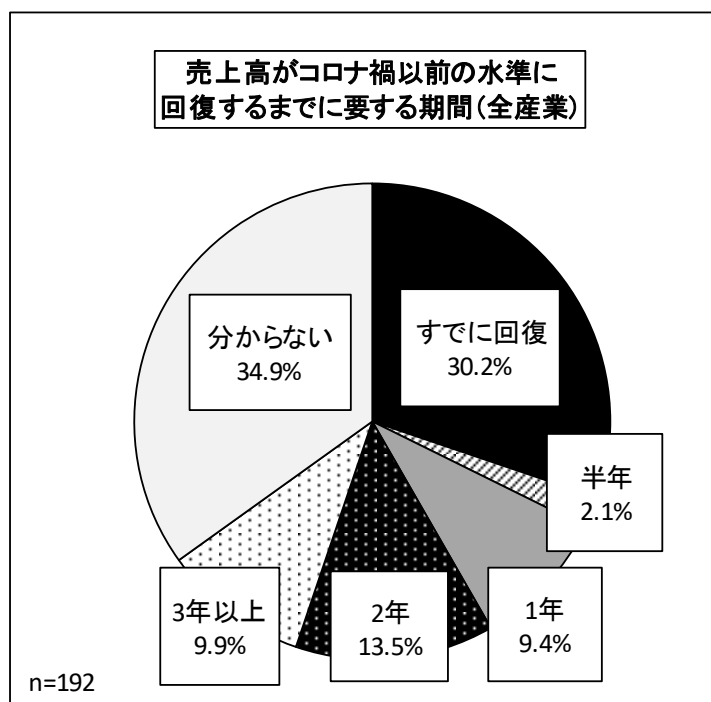
経常利益が増加/減少した(増加/減少を見込む)企業の比率

(単位: %、%ポイント)

		22年度上半期業績見込み			22年度通期業績見込み		
		増加	減少	ネット増益 企業割合	増加	減少	ネット増益 企業割合
全産業		33.5	36.0	▲ 2.5	29.6	37.7	▲ 8.1
規模別	大企業	44.2	37.7	6.5	40.8	38.2	2.6
	中小企業	26.7	35.0	▲ 8.3	22.5	37.5	▲ 15.0
業種別	製造業	28.8	34.6	▲ 5.8	23.5	36.3	▲ 12.8
	食料品	36.9	47.4	▲ 10.5	25.0	60.0	▲ 35.0
	石油・化学	20.0	0.0	20.0	40.0	20.0	20.0
	プラスチック	57.2	14.3	42.9	28.6	14.3	14.3
	窯業・土石	0.0	30.0	▲ 30.0	9.1	36.4	▲ 27.3
	鉄鋼・非鉄金属	40.0	30.0	10.0	30.0	30.0	0.0
	金属製品	42.9	35.6	7.3	28.5	28.5	0.0
	一般・精密機械	33.3	44.4	▲ 11.1	33.3	33.3	0.0
	電気機械	33.3	33.4	▲ 0.1	40.0	0.0	40.0
	輸送用機械	10.0	50.0	▲ 40.0	10.0	40.0	▲ 30.0
	その他製造	9.1	27.3	▲ 18.2	9.1	45.5	▲ 36.4
	非製造業	38.5	37.5	1.0	36.1	39.3	▲ 3.2
	建設	42.9	28.5	14.4	46.2	38.5	7.7
	運輸・倉庫	33.3	44.4	▲ 11.1	30.0	50.0	▲ 20.0
卸売	38.5	46.2	▲ 7.7	38.5	38.5	0.0	
小売	31.3	43.9	▲ 12.6	26.7	40.0	▲ 13.3	
ホテル・旅館	77.8	11.1	66.7	66.6	11.1	55.5	
サービス	31.4	40.0	▲ 8.6	29.4	44.1	▲ 14.7	

(3) 貴社の売上高がコロナ禍以前の水準に回復するまでにどの位の期間を要するお考えですか。

売上高がすでにコロナ禍以前の水準に回復している先は30.2%となった。これを除くと、以前の水準に戻るまでに要する期間は、「わからない」(34.9%)が最も多く、「2年」(13.5%)、「3年以上」(9.9%)が続いた。



【セグメント別】

売上高がコロナ禍以前の水準に回復するまでに要する期間

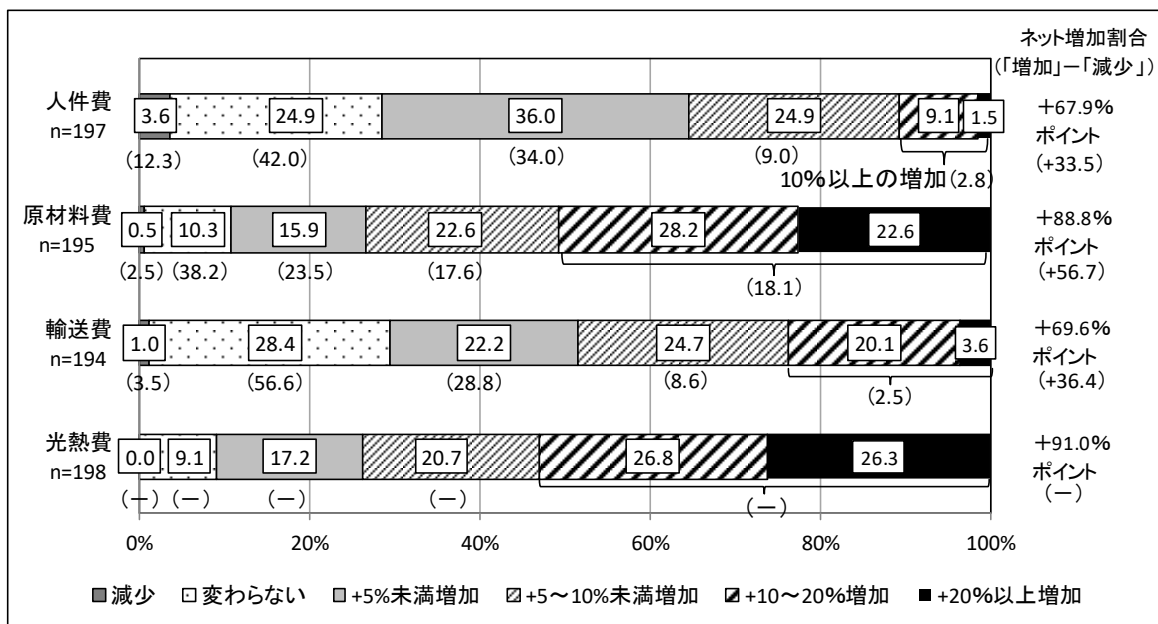
(単位: %)

	n	すでに回復	半年	1年	2年	3年以上	わからない
全産業	192	30.2	2.1	9.4	13.5	9.9	34.9
製造業	94	33	0.0	9.6	10.6	11.7	35.1
大企業	17	47.1	0.0	0.0	5.9	11.8	35.3
中小企業	77	29.9	0.0	11.7	11.7	11.7	35.1
非製造業	98	27.6	4.1	9.2	16.3	8.2	34.7
大企業	58	27.6	5.2	12.1	12.1	8.6	34.5
中小企業	40	27.5	2.5	5.0	22.5	7.5	35.0

2. コスト転嫁状況

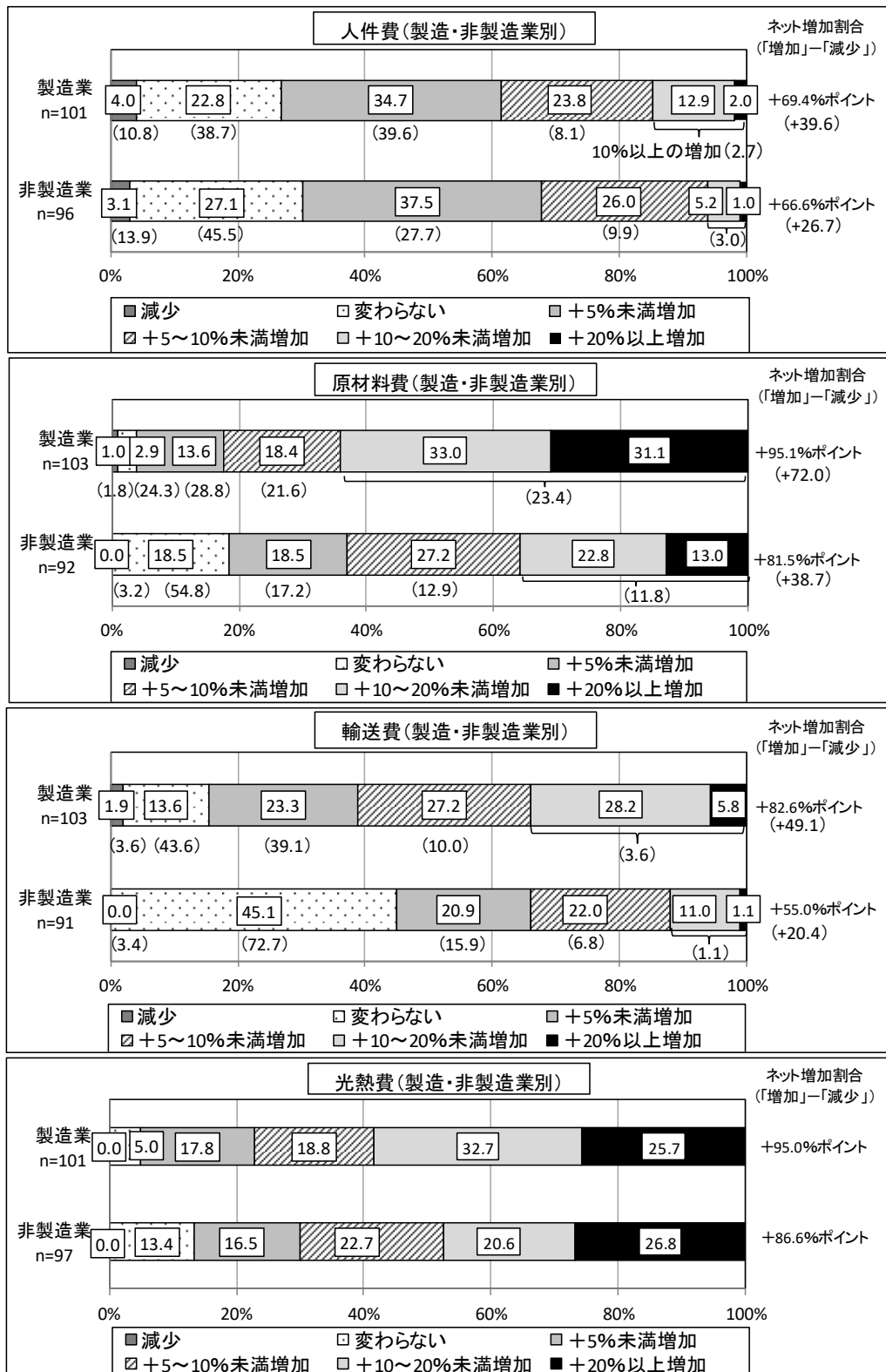
(1) 1年前と比べた足許のコスト（光熱費、人件費、原材料費、輸送費）は、どのような状況ですか。光熱費、人件費、原材料費、輸送費それぞれについてお聞かせ下さい。

足許のコストの状況は、「増加」から「減少」を引いたネット増加割合が、光熱費（91.0%ポイント）、原材料費（88.8%ポイント）は約9割、輸送費（69.6%ポイント）、人件費（67.9%ポイント）では約7割となった。



() 内は 21 年 9 月調査実績、単位：%

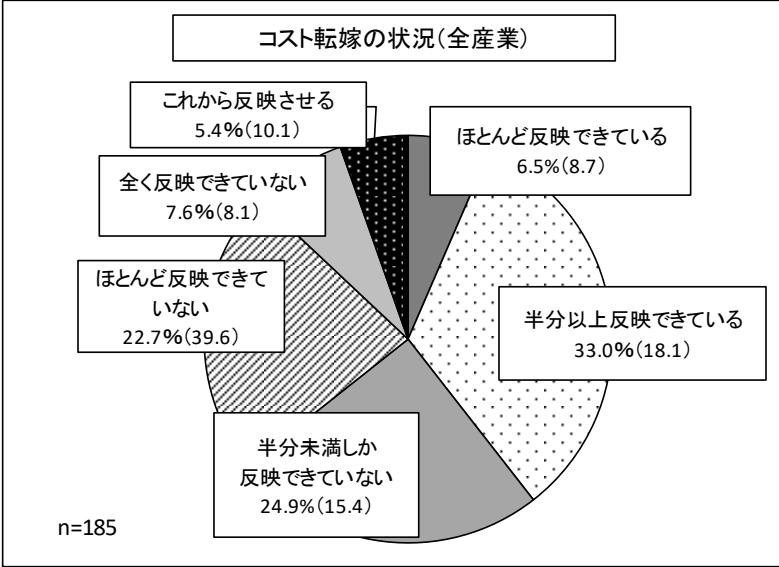
製造・非製造業別にコストのネット増加割合をみると、全体的に非製造業に比べて製造業が高めななかで、とくに輸送費における業種間の差が大きい（製造業：82.6%ポイント、非製造業：55.0%ポイント）。



() 内は 21 年 9 月 調査実績、単位：%

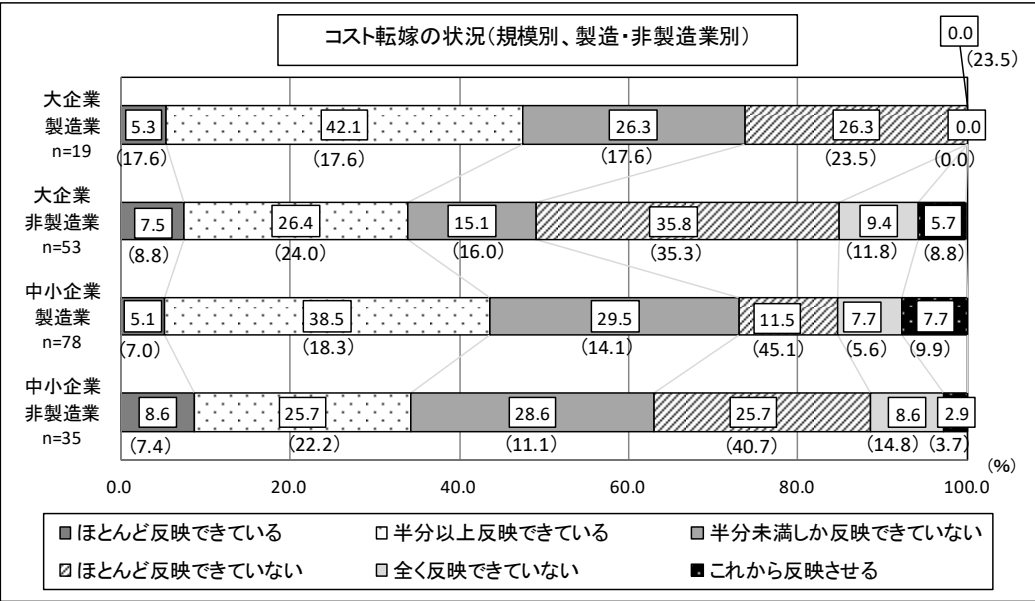
(2) (1) のいずれかで「増加」と回答された方にお伺いします。コストの増加を商品・サービスの販売価格に反映できていますか。

コスト転嫁は、「反映できている」（「ほとんど反映できている」＋「半分以上反映できている」とする先が 39.5%となり、前年調査（26.8%）から増加した。また、「反映できていない」（「全く反映できていない」＋「ほとんど反映できていない」）先は 30.3%と、前年（47.7%）から減少しており、前年に比べれば、相対的に価格転嫁がある程度進んでいる姿が窺われる。



() 内は 21 年 9 月調査実績、単位：%

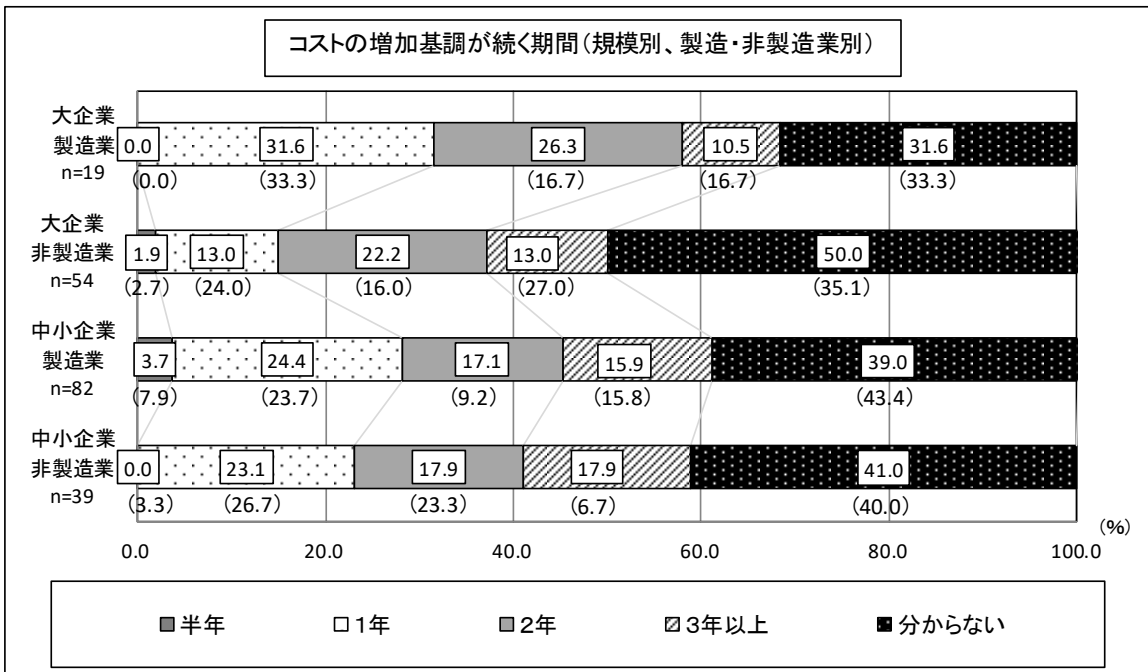
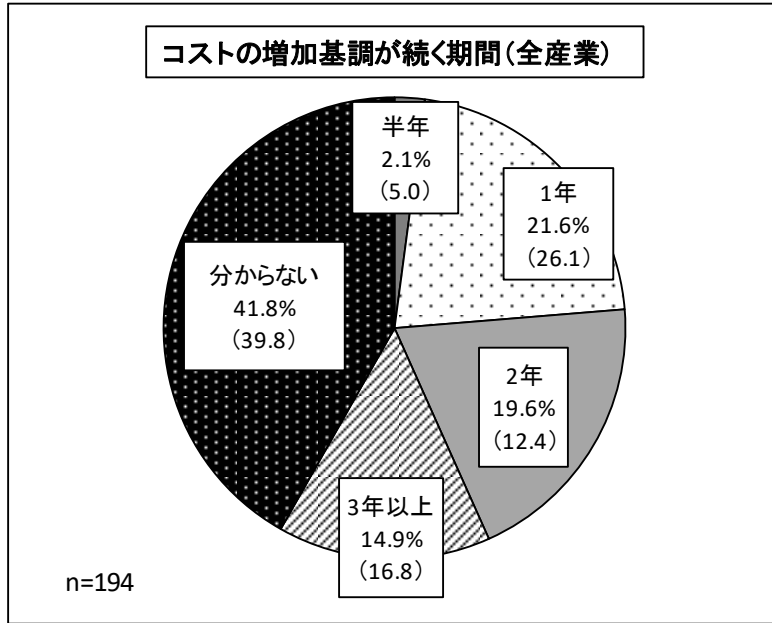
規模別、製造・非製造業別にみると、「反映できている」（同）とする先は、大企業、中小企業ともに、製造業が非製造業を上回る。



() 内は 21 年 9 月調査実績、単位：%

(3) (1) のいずれかで「増加」と回答された方にお伺いします。コストの増加基調はどの程度の期間続くとお考えですか。

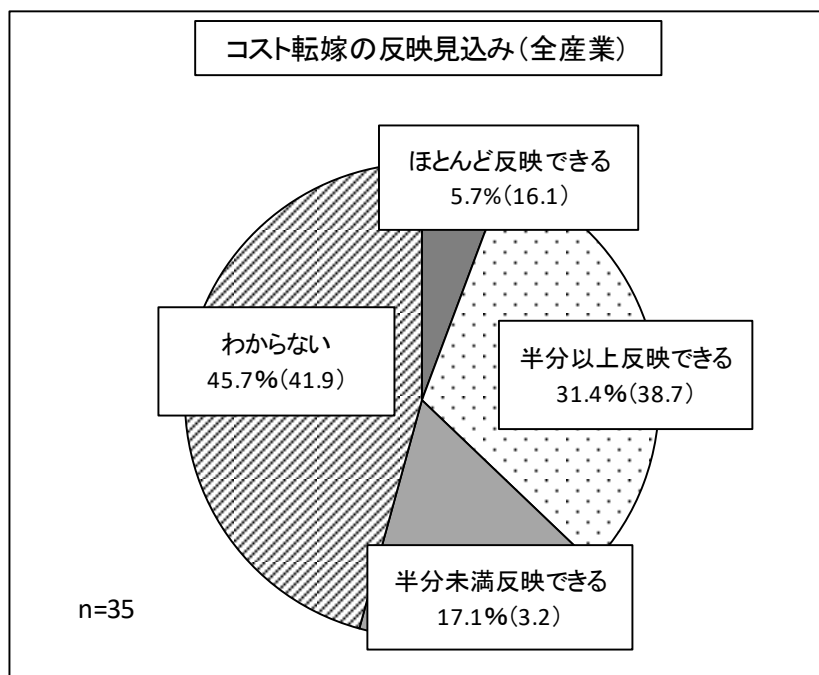
コストの増加基調が続くとみる期間は、「分からない」とする先(41.8%)が最も多いが、具体的な期間を回答した先では、「1年」(21.6%)が最多で、「2年」(19.6%)、「3年以上」(14.9%)と続いた。



() 内は 21 年 9 月調査実績、単位 : %

(4)(2)で「これから反映させる」と回答された方にお伺いします。増加分をどの程度反映できそうですか。

「これから反映させる」と回答した企業は、半数以上が「反映できる」としつつも、「ほとんど反映できる」とする先は5.7%（全35先中2先）に止まった。



()内は21年9月調査実績、単位：%

以上