

2024年の景気見通し、最低賃金の改定、販売価格設定 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(公益財団法人ひまわりベンチャー育成基金【調査研究部門 千葉経済センター】)から調査を受託)では、県内企業に対し、「2024年の景気見通し」、「最低賃金の改定」、「販売価格設定」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

(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	198	175	23	73	125
製造業	106	91	15	23	83
食料品	23	17	6	10	13
石油・化学	10	5	5	4	6
プラスチック	8	7	1	1	7
窯業・土石	9	9	0	0	9
鉄鋼・非鉄金属	8	8	0	1	7
金属製品	14	11	3	2	12
一般・精密機械	9	9	0	2	7
電気機械	7	7	0	1	6
輸送用機械	9	9	0	2	7
その他製造	9	9	0	0	9
非製造業	92	84	8	50	42
建設	13	11	2	7	6
運輸・倉庫	11	11	0	3	8
卸売	16	14	2	6	10
小売	14	13	1	10	4
ホテル・旅館	9	8	1	6	3
サービス	29	27	2	18	11

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: 2023年12月 1日
回収: 2024年 1月15日
4. 回答状況… 調査対象企業 533社
内有効回答数 198社
有効回答率 37.1%

(注) 調査票の回収数は198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。

注) 大企業、中小企業の区分は下記による。

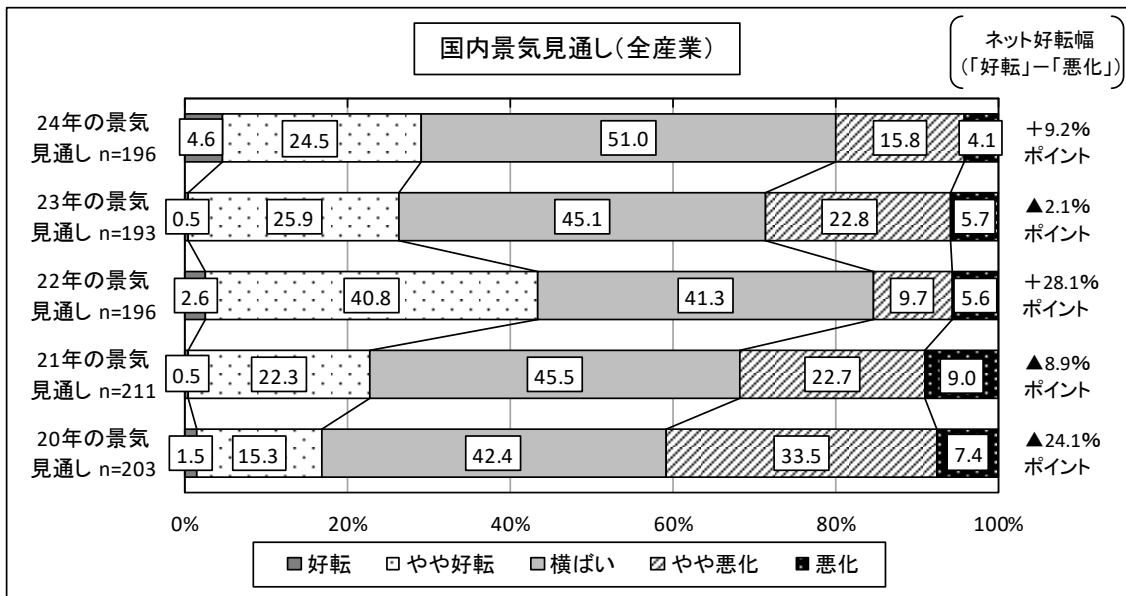
大企業…資本金1億円以上。ただし、卸売業は5,000万円以上、小売業、ホテル・旅館業、サービス業は3,000万円以上とする。

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. 2024年の景気見通し

(1) 24年の国内景気は23年と比べてどのようになるとみていますか。

24年の国内景気見通しについて、「好転」（「好転」＋「やや好転」、以下同じ）するとみる企業は29.1%、「悪化」（「悪化」＋「やや悪化」、以下同じ）とする企業は19.9%となり、2年ぶりに「好転」が「悪化」を上回った（全産業）。

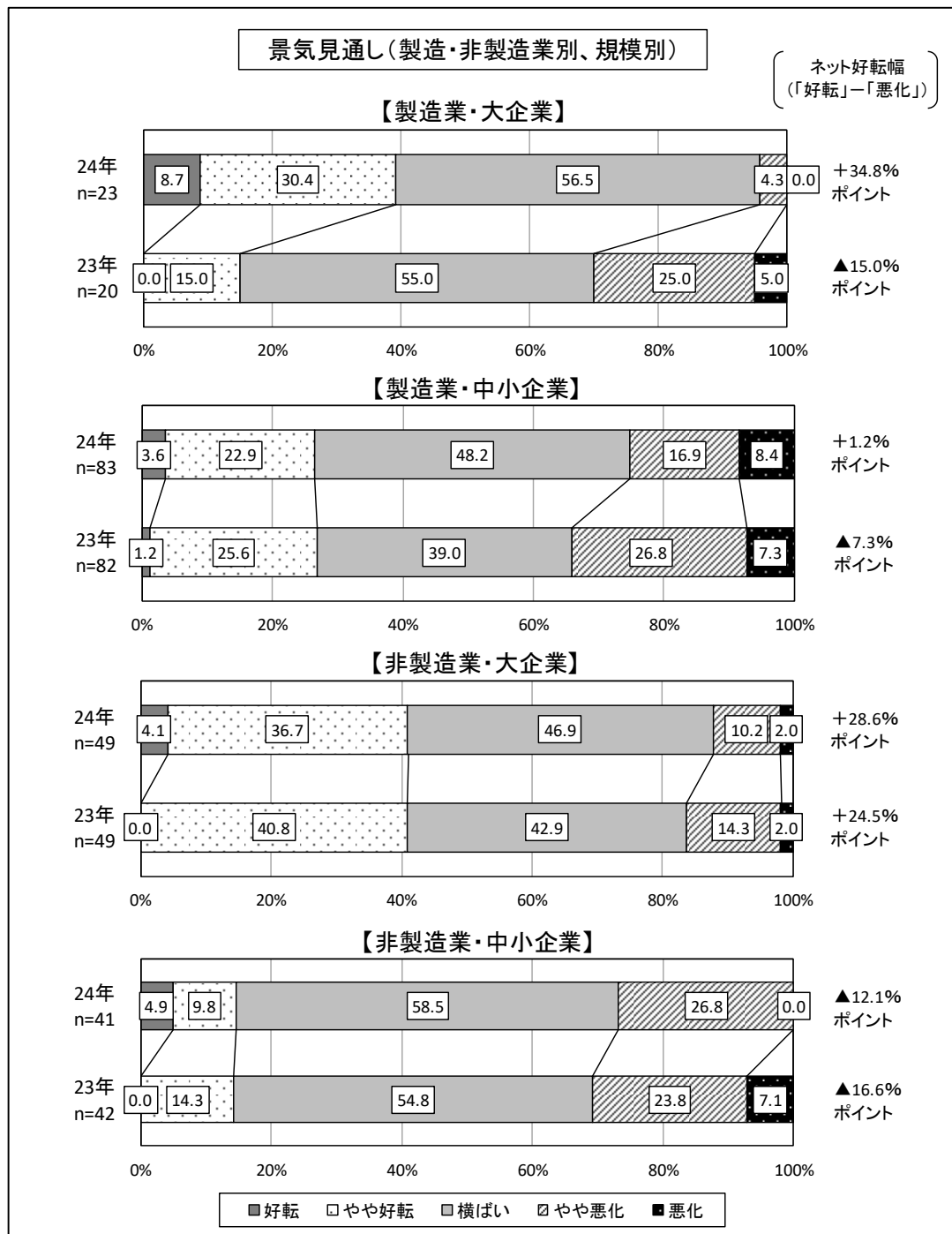


【アンケート回収期間中の市況の動き】

	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) 24年の景気見通し	23年12月1日 ～24年1月15日	144.26円/ドル	33,459.91円
23年の景気見通し	22年12月1日 ～23年1月13日	134.08円/ドル	26,945.71円
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
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

(出所) 日本経済新聞、日本銀行

製造・非製造業別および規模別にみると、ネット「好転」幅（「好転」社数構成比－「悪化」社数構成比）は、製造業、非製造業ともに大企業で大幅なプラスとなっており、とりわけ、製造業（▲15.0%ポイント→+34.8%ポイント）の改善が目立つ。中小企業は製造業で見方が拮抗し、非製造業は前年調査と同様にマイナスとなっている（▲16.6%ポイント→▲12.1%ポイント）。



業種別・規模別にみると、景気が「好転」とみる企業が多い（50%超）業種は、製造業で、「石油化学」（大企業 75.0%）、「窯業土石」（中小企業 66.6%）、非製造業で、「卸売業」（大企業 66.7%）、「ホテル旅館」（同 66.7%）などとなっている。

逆に、悪化（「悪化」＋「やや悪化」）とみる企業が多い（50%超）業種は、「鉄鋼非鉄」（中小企業 57.2%）となっている。

24年の国内景気見通し(業種別・規模別)

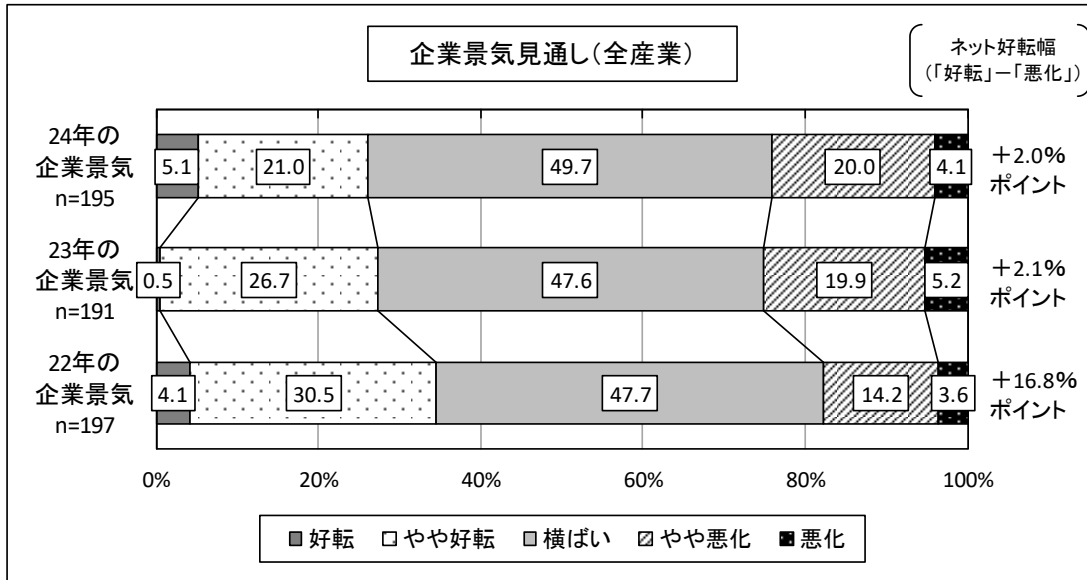
(単位:%)

	製造業									
	大企業					中小企業				
	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	10.0	20.0	70.0	0.0	0.0	0.0	38.5	38.5	23.1	0.0
石油化学	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0
プラスチック	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	71.4	14.3	14.3
窯業土石	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	22.2	11.1	0.0
鉄鋼非鉄	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	14.3	28.6	42.9	14.3
金属製品	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	16.7	16.7
一般精密	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	42.9	42.9	14.3	0.0
電気機械	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	16.7	33.3	33.3	16.7
輸送用機械	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	14.3	57.1	0.0	28.6
その他製造業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	22.2	66.7	11.1	0.0
合計	8.7	30.4	56.5	4.3	0.0	3.6	22.9	48.2	16.9	8.4

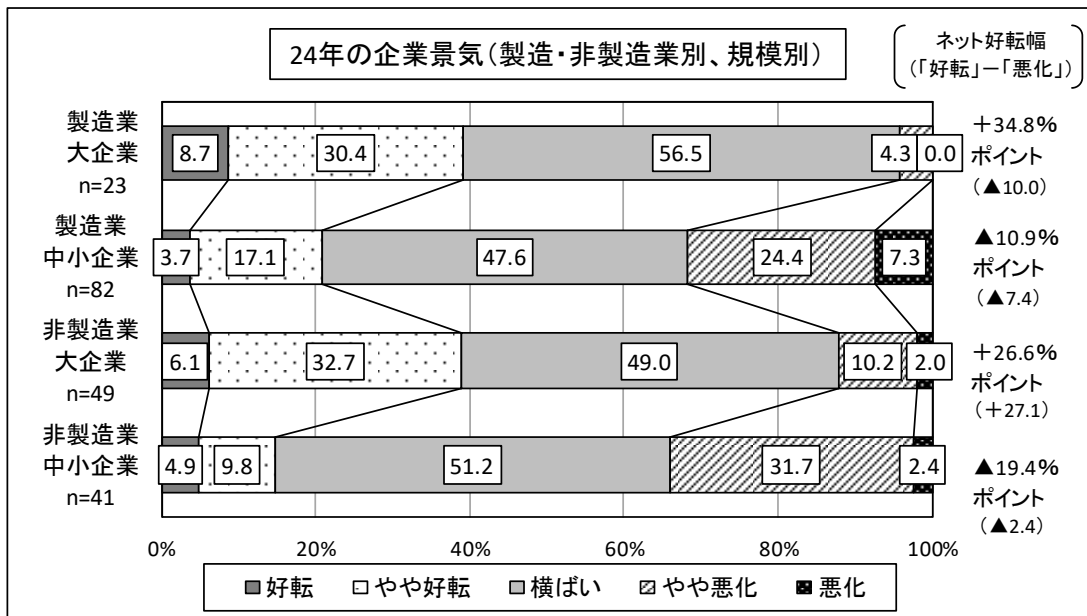
	非製造業									
	大企業					中小企業				
	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化
建設業	0.0	16.7	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0	83.3	16.7	0.0
運輸倉庫	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	12.5	25.0	50.0	12.5	0.0
卸売業	0.0	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0	10.0	50.0	40.0	0.0
小売業	0.0	30.0	60.0	10.0	0.0	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0
ホテル旅館	16.7	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
サービス業	5.6	33.3	50.0	11.1	0.0	0.0	10.0	60.0	30.0	0.0
合計	4.1	36.7	46.9	10.2	2.0	4.9	9.8	58.5	26.8	0.0

(2) 24年の貴社の企業景気(業況)は23年と比べてどのようになるとみていますか。

24年の業況について、「好転」とみる企業は26.1%、「悪化」とみる企業は24.1%となり、3年連続で「好転」が「悪化」を上回った(全産業)が、「ネット好転幅」は+2.0%ポイントと差はわずかである。



製造・非製造業別及び規模別にみると、ネット好転幅は、製造業・非製造業ともに大企業で大幅なプラスとなる一方、中小企業はいずれもマイナスとなっている。



()内は22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」とみる先が多い（50%超）業種は、製造業では、「プラスチック」（大企業 100%）、「電気機械」（同）、「石油化学」（大企業 75.0%）、「窯業土石」（中小企業 55.5%）など、非製造業では、「ホテル旅館」（大企業 66.7%）となった。一方、「悪化」とみる先が多い（50%超）業種は、製造業では、「鉄鋼非鉄」（中小企業 57.2%）、「電気機械」（同 66.7%）など、非製造業では、「ホテル旅館」（同 66.6%）などとなり、「電気機械」、「ホテル旅館」では、大企業と中小企業で見方が分かれた。

24年の企業景気見通し(業種別・規模別)

(単位:%)

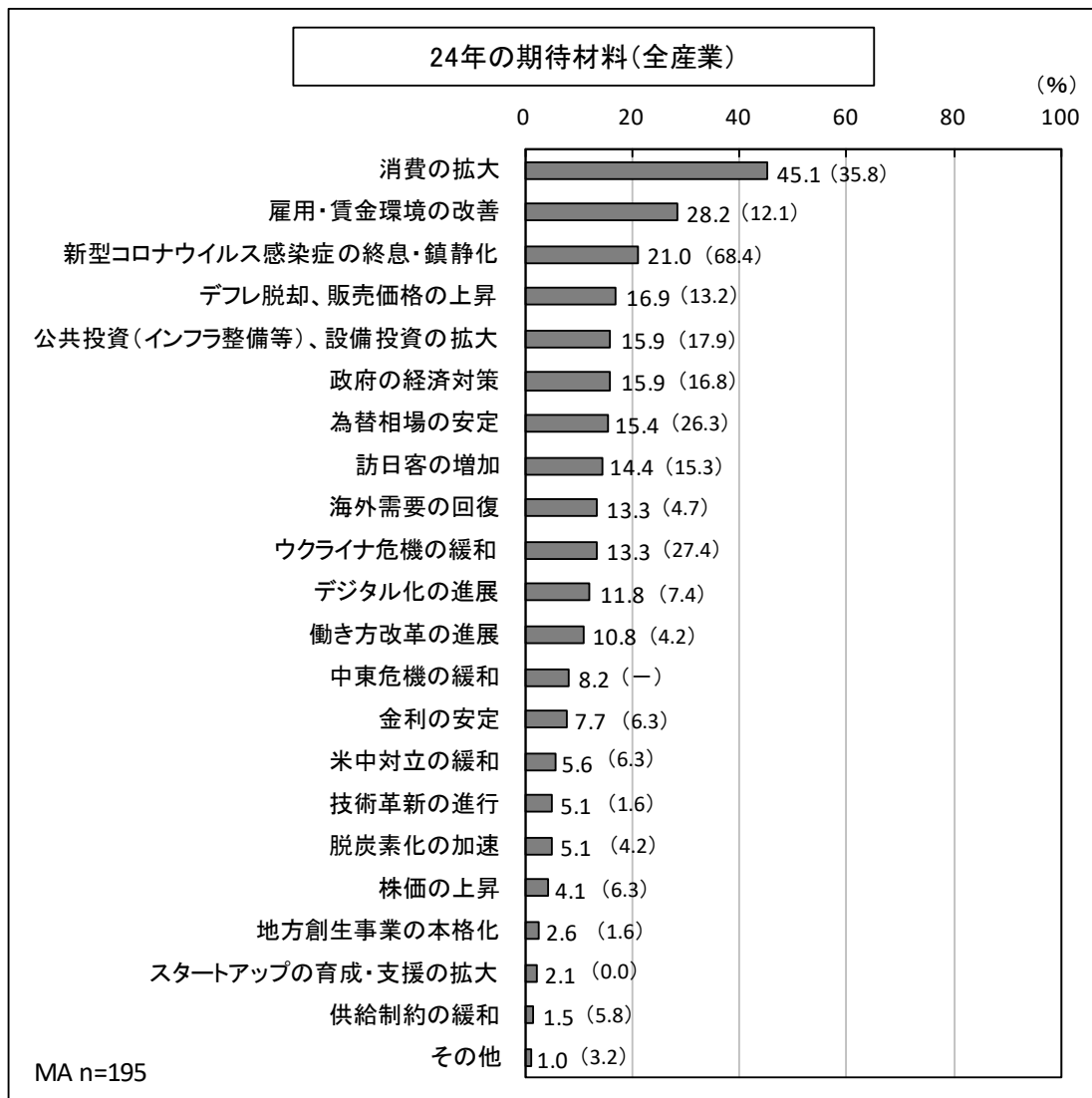
	製造業									
	大企業					中小企業				
	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化	好転	やや好転	横ばい	やや悪化	悪化
食料品	10.0	10.0	80.0	0.0	0.0	0.0	30.8	61.5	7.7	0.0
石油化学	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	33.3	50.0	16.7	0.0
プラスチック	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	42.9	42.9	0.0
窯業土石	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	22.2	33.3	11.1	0.0
鉄鋼非鉄	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	14.3	28.6	42.9	14.3
金属製品	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	33.3	16.7
一般精密	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	42.9	42.9	14.3	0.0
電気機械	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0
輸送用機械	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	16.7	50.0	0.0	33.3
その他製造業	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	22.2	11.1
合計	8.7	30.4	56.5	4.3	0.0	3.7	17.1	47.6	24.4	7.3

	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	16.7	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	83.3	16.7	0.0
運輸倉庫	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	12.5	25.0	25.0	37.5	0.0
卸売業	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	20.0	50.0	30.0	0.0
小売業	0.0	30.0	60.0	10.0	0.0	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0
ホテル旅館	16.7	50.0	16.7	16.7	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3
サービス業	11.1	27.8	50.0	11.1	0.0	0.0	0.0	60.0	40.0	0.0
合計	6.1	32.7	49.0	10.2	2.0	4.9	9.8	51.2	31.7	2.4

(3) 24年の期待材料(注目テーマ)は何ですか。(複数回答可)

24年の期待材料(注目テーマ)は、「消費の拡大」(45.1%)が最も多く、「雇用・賃金環境の改善」(28.2%)、「新型コロナウイルス感染症の終息・鎮静化」(21.0%)が続いた。

前年調査と比較すると、「雇用・賃金環境の改善」(+16.1%ポイント)や「消費の拡大」(+9.3%ポイント)、「海外需要の回復」(+8.6%ポイント)が大きく増加した。



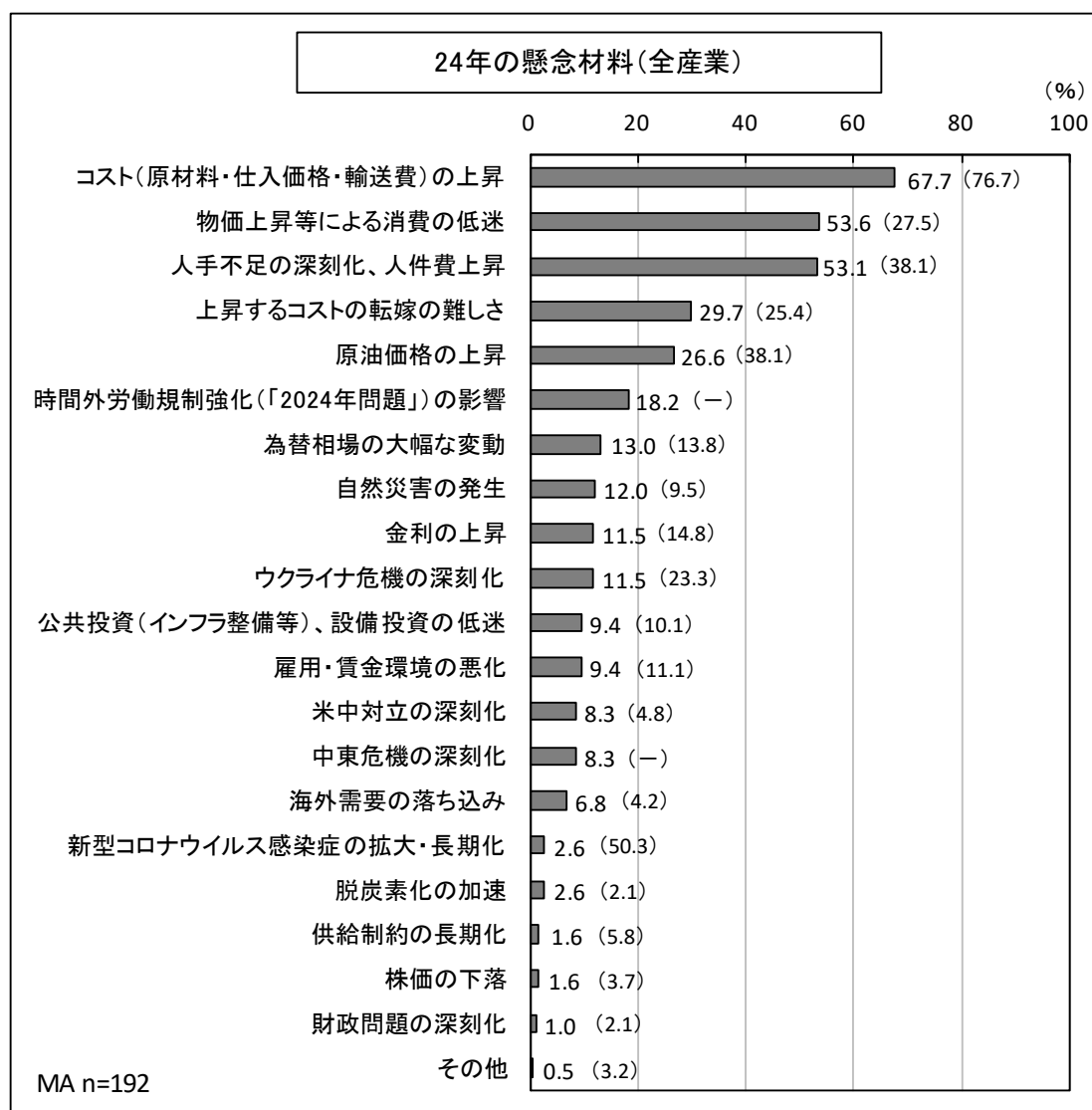
()内は22年12月調査実績、単位: %

(-)は今回よりアンケート項目に追加

(4) 24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)

24年の懸念材料(今後警戒すべきリスクイベント)では、「コスト(原材料・仕入価格・輸送費)の上昇」(67.7%)が最も多く、「物価上昇等による消費の低迷」(53.6%)、「人手不足の深刻化、人件費上昇」(53.1%)が続いた。

前年調査と比較すると、「物価上昇等による消費の低迷」(+26.1%ポイント)、「人手不足の深刻化、人件費上昇」(+15.0%ポイント)などの増加が目立った。



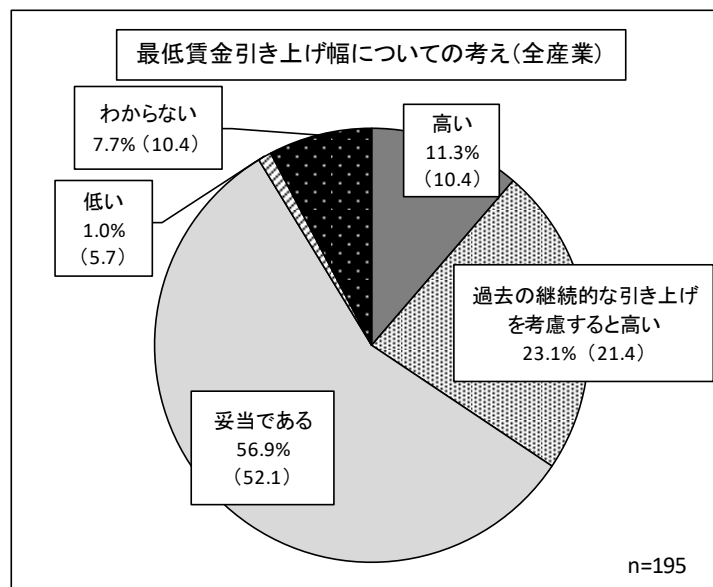
()内は22年12月調査実績、単位: %

(-)は今回よりアンケート項目に追加

2. 最低賃金の改定の影響について

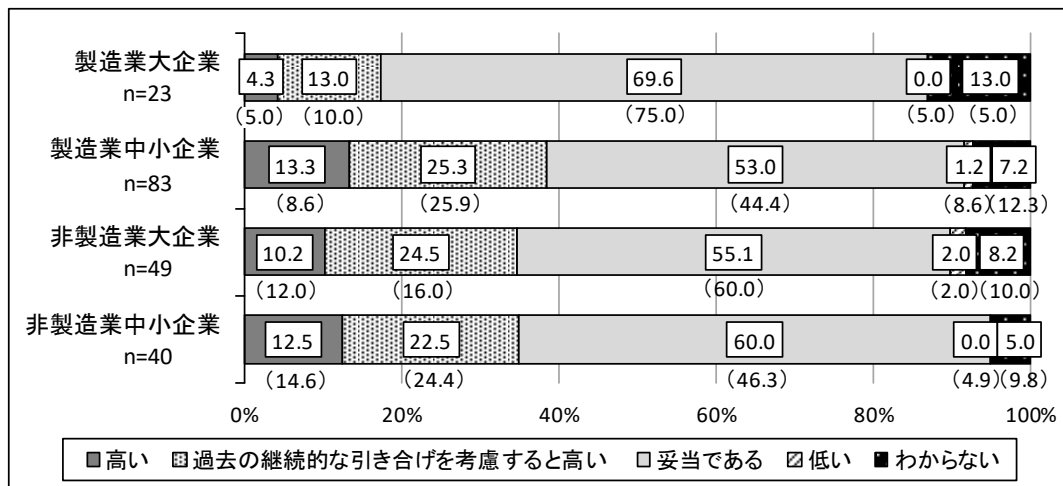
(1) 10月1日より、千葉県の最低賃金は、それまでの984円から42円引き上げとなる1,026円に改定されました。貴社では、この引き上げ幅(前年比+4.3%程度)についてどのようにお考えですか。

23年度の最低賃金の引き上げ幅(前年比+4.3%程度)について、「妥当である」とする企業は56.9%と半数を超え、前年調査から4.8%ポイント上昇した。また「高い」とする企業(「高い」(11.3%) + 「過去の継続的な引き上げを考慮すると高い」(23.1%))が3割強にのぼる(34.4%)一方で、「低い」とする企業は1.0%にとどまった。



()内は22年12月調査実績、単位: %

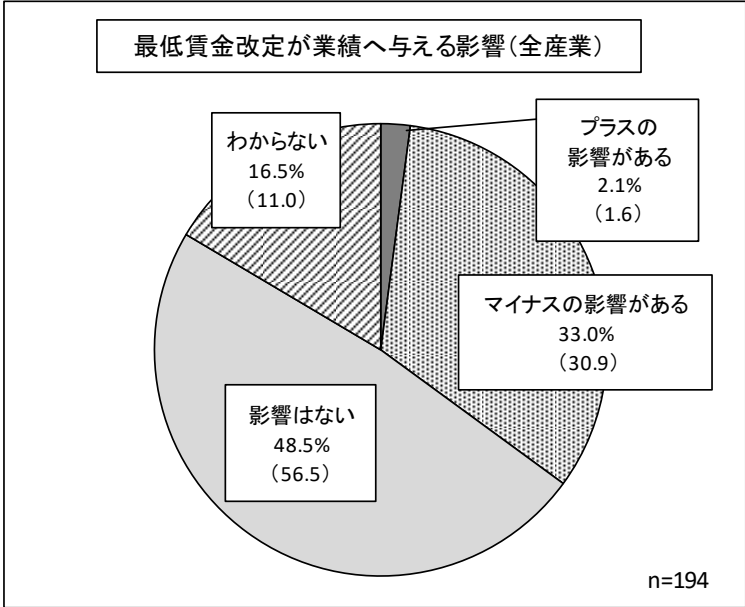
製造・非製造業別、規模別にみると、「高い」とする企業は、「製造業中小企業」(38.6%)で最も多く、「非製造業大企業」(34.7%)、「非製造業中小企業」(35.0%)でも30%を超えている。



()内は22年12月調査実績、単位: %

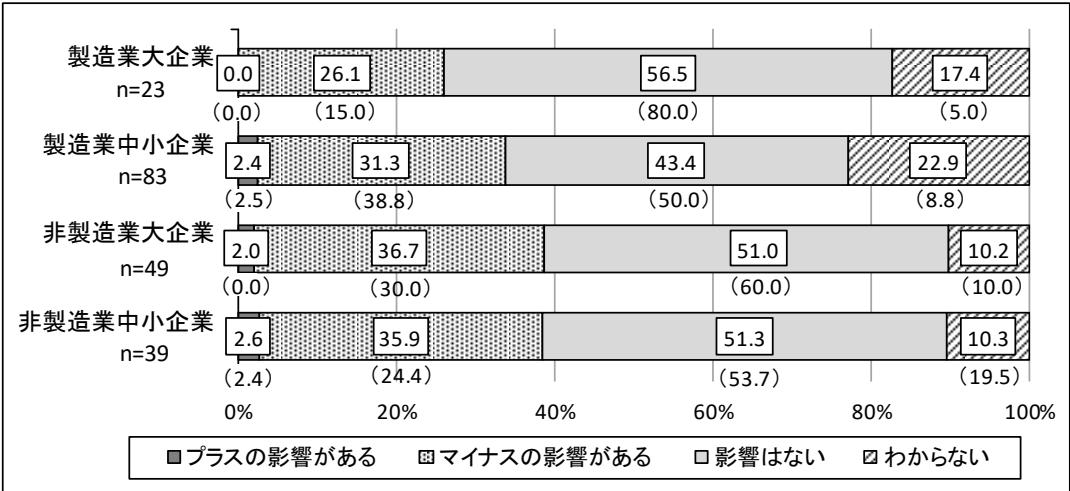
(2) 今回の最低賃金の引き上げは、貴社の業績にどのような影響がありますか。

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」(48.5%)とする企業が最も多く、「マイナスの影響がある」(33.0%)、「わからない」(16.5%)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+2.1%ポイント、「プラスの影響がある」とする先が+0.5%ポイント上昇した。



()内は22年12月調査実績、単位: %

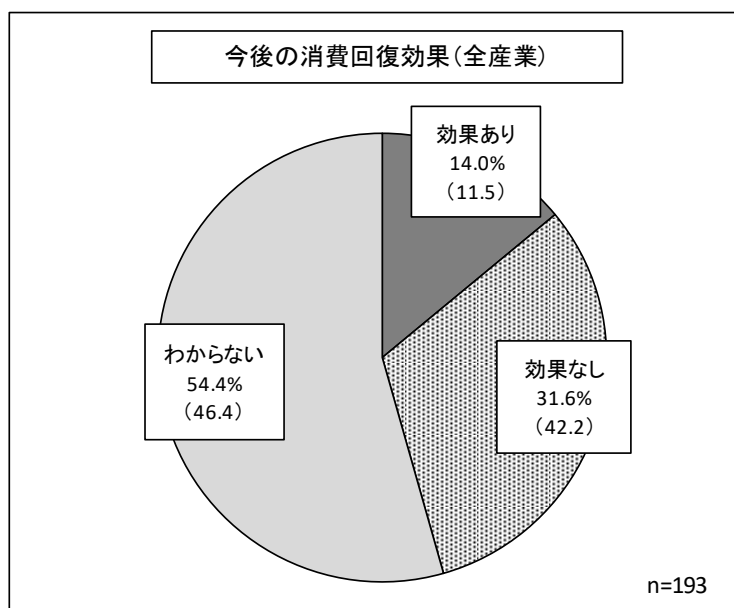
製造・非製造業別、規模別にみると、「マイナスの影響がある」の企業割合は、非製造業大企業 (36.7%)、非製造業中小企業 (35.9%)、製造業中小企業 (31.3%)、製造業大企業 (26.1%) の順となっている。



()内は22年12月調査実績、単位: %

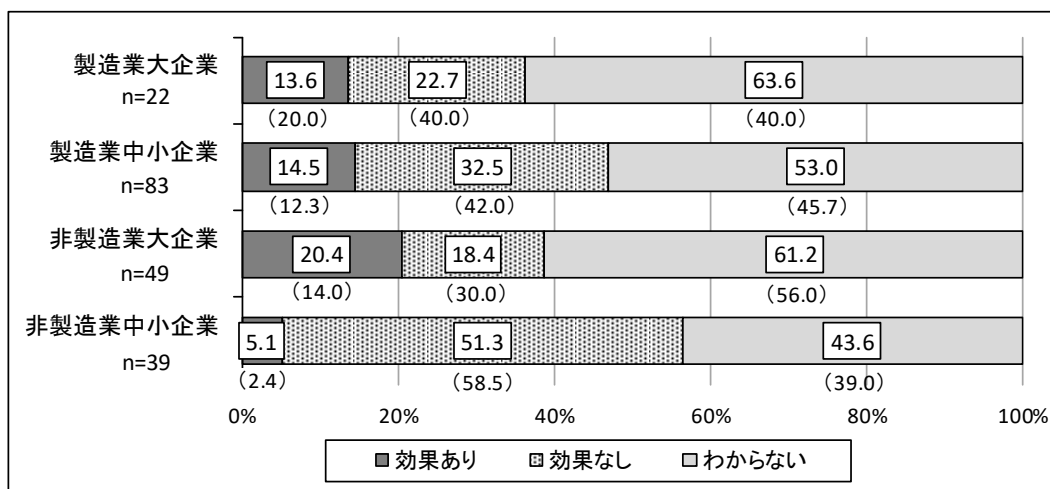
(3) 最低賃金の引き上げは今後の消費回復に効果があると思いますか。

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、「わからない」(54.4%)が最も多く、「効果なし」(31.6%)、「効果あり」(14.0%)が続いた。前回調査との比較では、「わからない」が半数以上を占めるものの、「効果なし」が10.6ポイント低下、「効果あり」とする先が2.5ポイント上昇し、物価高が続くもとで賃上げによる消費刺激効果への一定の期待がうかがわれる。



()内は22年12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、非製造業大企業(20.4%)、製造業中小企業(14.5%)、製造業大企業(13.6%)、非製造業中小企業(5.1%)の順となっている。

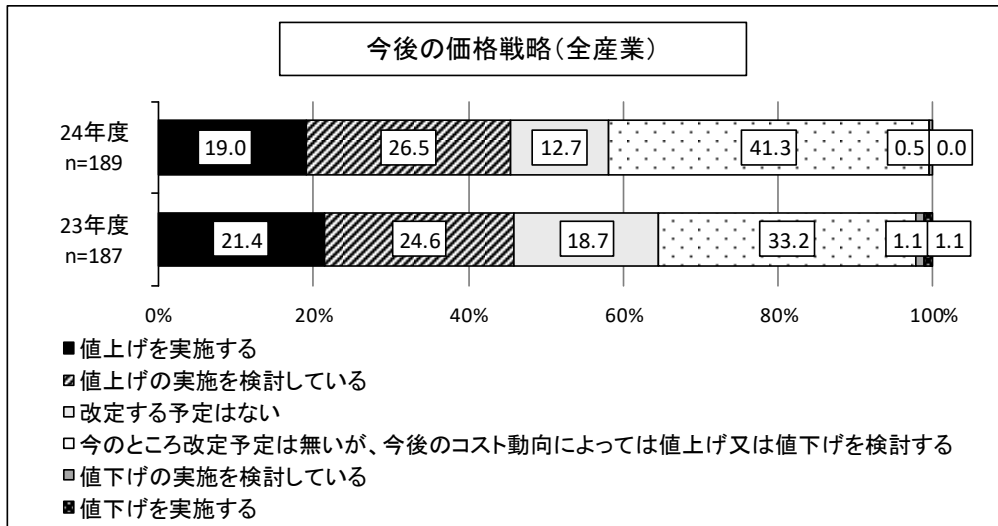


()内は22年12月調査実績、単位: %

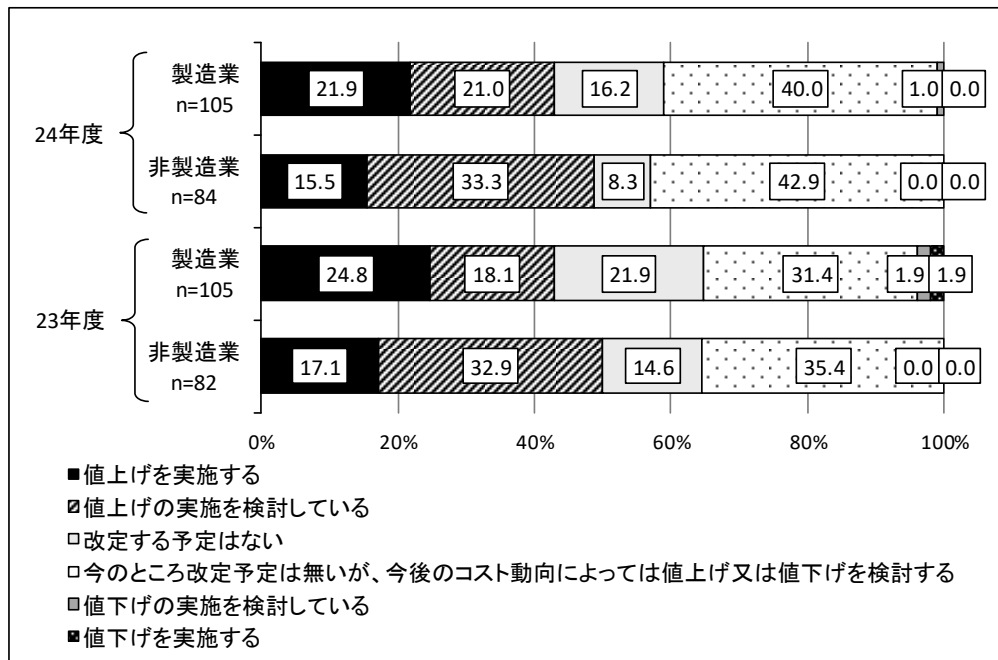
3. 今後の販売価格設定について

今後の貴社の製品・サービス価格の改定計画についてお聞かせください。

今後の販売価格について、23年度中（23年12月以降）に「値上げを実施する」又は「値上げの実施を検討している」先は46.0%（21.4%+24.6%）となった。24年度の値上げ実施・検討先も45.5%（19.0%+26.5%）と、ほぼ同割合となっている。



製造・非製造業別にみると、値上げを実施・検討する先は、23年度、24年度ともに非製造業が製造業を上回っている。



以上