

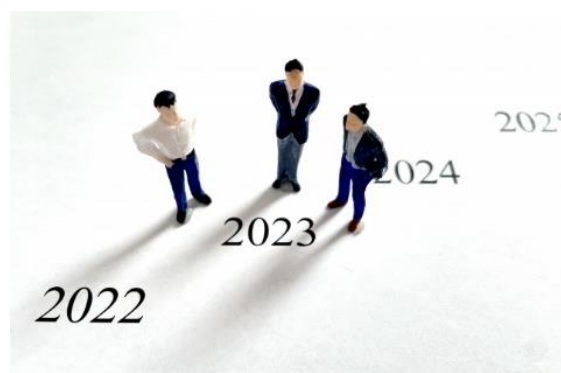
特別企画：2023年の景気見通しに対する秋田県内企業の意識調査

2023年の景気、悪化を見込む企業が34.1%へ増加

～ 「支援策」の拡充と「原料高」対策への政策がカギ ～

TDB 景気動向調査(2022年11月)の景気DIは4カ月連続で改善。依然として新型コロナウイルスの影響が続いているものの、全国旅行支援をはじめとする各種経済政策などが奏功し、国内景気は緩やかに持ち直しがみられている。しかし一方で、長期化する原材料価格の高騰など懸念材料も多く、国内企業物価指数(2022年11月速報)は前年比9.3%上昇と高水準の伸びが続いている。食料品¹や生活必需品などの相次ぐ値上げだけでなく、さらなる家計への悪影響も懸念される。

そこで、帝国データバンク秋田支店は、2023年の景気見通しに対する企業の見解について調査を実施した。本調査は、TDB 景気動向調査2022年11月調査とともに行った。



※ 調査期間は2022年11月16日～30日、調査対象は189社で、有効回答企業数は88社(回答率46.6%)。

調査結果(要旨)

- 2023年の景気について、「回復」局面を見込む企業は10.2%で、前回調査(2021年11月)の2022年見通しから10ポイント以上減少した。「踊り場」局面になると見込む企業は22.7%となった。他方、「悪化」局面を見込む企業は12.5ポイント増の34.1%と3社に1社は悪化と見込んでいる。
- 2023年の景気への懸念材料は、「原油・素材価格(の上昇)」が76.1%(前年比12.1ポイント減)で突出して高かった(複数回答3つまで、以下同)。次いで、「物価上昇(インフレ)」(42.0%、同17.5ポイント増)、「人手不足」(37.5%、同6.6ポイント減)が続いた。
- 今後の景気回復に必要な政策では、補助金・給付金などの「中小企業向け支援策の拡充」と、企業の7割超が2023年の懸念材料とした「原材料不足や価格高騰への対策」がともに35.2%でトップとなった(複数回答、以下同)。以下、「個人消費の拡大策」(34.1%)、「人手不足の解消」(33.0%)が3割台で並んだ。

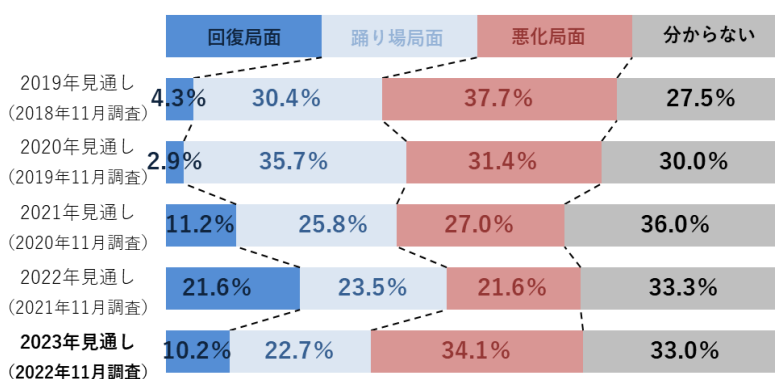
¹ 帝国データバンク「食品主要105社」価格改定動向調査(12月)(2022年12月1日発表)

1.2023年の景気見通し、「悪化」と見込む企業 34.1%と3社に1社が占める

2023年の景気見通しについて尋ねたところ、「回復」局面になると見込む企業は2022年の景気見通し（2021年11月実施）から11.4ポイント減の10.2%となった。また、「踊り場」局面は22.7%と2022年見通し（23.5%）より若干減少した。

また「悪化」局面を見込む企業は、同12.5ポイント増の34.1%と3社に1社となった。秋田県内の企業からは「異業種の方の話を聞いていると急速に景気が悪化していることを痛感する。このままでは、地域経済が立ち行かなくなるのではないかとこの疑念を抱いている。2023年はかなり景気が悪化するのがほぼ確実だと思われる」（不動産業）や、「コロナは落ち着くだろうが、また9波がくる。円安が改善するには時間がかかると思うが、ウクライナとロシアの問題が解決に向かえば大きいプラス要素になるがその時期は非常に読みづらい。トータル的にマイナス要素が多くきつい景気になるのでは」（婦人・子供服小売）といった厳しい声があがっている。

景気見通しの推移



2.2023年の景気の懸念材料、「原油・素材価格の上昇」が76.1%と突出して高い

2023年の景気に悪影響を及ぼす懸念材料を尋ねたところ、「原油・素材価格（の上昇）」が76.1%（前年比12.1ポイント減）で突出して高かった（複数回答3つまで、以下同）。

次いで、「物価上昇（インフレ）」（42.0%、同17.5ポイント増）が前年より急増した。そのほか「人手不足」（37.5%、同6.6ポイント減）や「為替（円安）」（29.5%、同14.8%増）が上位に並んだ。

また、2022年見通しでは4割近くの企業が懸念材料にあげていた新型コロナウイルスなどを含む「感染症による影響の拡大」は、17.0%と大幅に

2023年の懸念材料
(上位10項目、3つまでの複数回答)

		2022年 11月調査	2021年 11月調査
1	原油・素材価格（の上昇）	↓ 76.1	88.2 (1)
2	物価上昇（インフレ）	↑ 42.0	24.5 (4)
3	人手不足	↓ 37.5	44.1 (2)
4	為替（円安）	↑ 29.5	14.7 (5)
5	感染症による影響の拡大	↓ 17.0	38.2 (3)
6	地政学的リスク	15.9	- -
7	インボイス制度	11.4	- -
8	所得（の減少）	8.0	7.8 (8)
9	米国経済	6.8	6.9 (9)
10	金利（の上昇）	5.7	1.0 (15)

注1：矢印は2021年11月調査より5ポイント以上増加、または減少していることを示す

注2：カッコ内は2021年11月調査時の順位

注3：2022年11月調査の母数は有効回答企業88社。2021年11月調査は102社

減少した。しかしながら懸念材料の5位にランクされ、2023年も少なからず新型コロナによる影響を受けると見込んでいる様子もうかがえた。秋田県内の企業からは「個人所得も上がらず、法人として水光熱費や給食材料費等の固定費が増加して利益減少となり景気見通しは、最大限に悪くなると思われる」（病院経営）といった声があがっている。

さらに、2023年10月から制度が開始される「インボイス制度」についても11.4%の企業で懸念材料と見込んでいる。

3. 景気回復に必要な政策、「中小企業向け支援策」の拡充と「原材料不足・価格高騰」対策がトップ

今後、景気が回復するために必要な政策を尋ねたところ、補助金・給付金などの「中小企業向け支援策の拡充」と、企業の7割超が2023年の懸念材料とした「原材料不足や価格高騰への対策」がともに35.2%でトップとなった（複数回答、以下同）。

以下、「個人消費の拡大策」（34.1%）、「人手不足の解消」（33.0%）が3割台で並び、さらに、「個人向け減税」（28.4%）が続いた。

「中小企業向け支援策の拡充」や「原材料不足・価格高騰」に対する政策が最重視され

ているなか、個人消費に関連する政策や人手不足も上位に並んでいる。全国の企業からも「個人消費の増加が第一歩と考えている。消費意欲の向上が図られない限り給付や所得を増やしても出し渋り、経済に回るキャッシュ増加が思うように見込めない可能性がある。短期的でも良いので、個人に係る税の軽減や一時的な消費税廃止、生活必需品価格に対する補助などを行い、消費型社会を構築することが長期的な景気改善に繋がるのではないかと考える」（土木工事、北海道）といった声もある。

今後の景気回復に必要な政策 （上位10項目、複数回答）

		2022年		2021年	
		11月調査	11月調査	11月調査	11月調査
1	中小企業向け支援策の拡充	35.2	39.2	(3)	
1	原材料不足や価格高騰への対策	↓ 35.2	48.0	(2)	
3	個人消費の拡大策	34.1	35.3	(5)	
4	人手不足の解消	33.0	37.3	(4)	
5	個人向け減税	28.4	27.5	(8)	
6	所得の増加	27.3	28.4	(6)	
6	物価（インフレ）対策	27.3	-	-	
6	感染症の収束	↓ 27.3	52.9	(1)	
9	法人向け減税	25.0	28.4	(6)	
10	公共事業費の増額	22.7	26.5	(9)	

注1：矢印は2021年11月調査より5ポイント以上増加、または減少していることを示す

注2：カッコ内は2021年11月調査時の順位

注3：2022年11月調査の母数は有効回答企業88社。2021年11月調査は102社

まとめ

2022年の景気は、新型コロナウイルスの影響に加え、急激な円安にともなう原油・原材料価格の高騰に大きく影響された1年となった。

本調査の結果より、2023年の景気は「悪化」局面と見込む企業が34.1%と前年から大幅に増加した。特に懸念材料として「原油・素材価格（の上昇）」が突出して高くなったほか、「物価上昇（インフレ）」や「人手不足」をあげる企業が多かった。多くの企業では、これまでの新型コロナウイルスの感染拡大による需要減少への対応から、徐々に「原材料不足・価格高騰」を筆頭に、その他諸問題への対応にシフトしていくとみられる。

また、景気回復に必要な政策では「中小企業向け支援策の拡充」と「原材料不足や価格高騰への対策」がトップとなり、さらに、個人消費の回復に資する政策を求める声も多い。2023年は「原材料不足・価格高騰」への対応だけでなく、「個人消費」の復活に向けた政策がカギとなる。

引き続き企業にとっては、人手不足が続くなか原材料価格の高騰が重くのしかかり、政府には地政学的リスクも含め早急な対策が求められている。そして同時に、消費拡大に向けた個人の所得増加に資する政策も重要と言えそうだ。

調査先企業の属性

1. 調査対象(2万6,953社、有効回答企業1万1,510社、回答率42.7%)

(1) 地域

北海道	554	東海(岐阜 静岡 愛知 三重)	1,263
東北(青森 岩手 宮城 秋田 山形 福島)	760	近畿(滋賀 京都 大阪 兵庫 奈良 和歌山)	1,996
北関東(茨城 栃木 群馬 山梨 長野)	859	中国(鳥取 島根 岡山 広島 山口)	783
南関東(埼玉 千葉 東京 神奈川)	3,423	四国(徳島 香川 愛媛 高知)	381
北陸(新潟 富山 石川 福井)	584	九州(福岡 佐賀 長崎 熊本 大分 宮崎 鹿児島 沖縄)	907
		合計	11,510

(2) 業界(10業界51業種)

農・林・水産	123	小売	飲食料点小売業	103		
金融	171		繊維・繊維製品・服飾品小売業	59		
建設	1,816	(658)	医薬品・日用雑貨品小売業	39		
不動産	408		家具類小売業	23		
製造	飲食料品・飼料製造業		338	家電・情報機器小売業	43	
	繊維・繊維製品・服飾品製造業		112	自動車・同部品小売業	107	
	建材・家具・窯業・土石製品製造業		215	専門商品小売業	211	
	パルプ・紙・紙加工品製造業		94	各種商品小売業	60	
	出版・印刷		160	その他の小売業	13	
(2,845)	化学品製造業		386	運輸・倉庫	505	
	鉄鋼・非鉄・鋳業		518	サービス	飲食店	99
	機械製造業		450		電気通信業	12
	電気機械製造業	312	電気・ガス・水道・熱供給業		16	
	輸送用機械・器具製造業	103	リース・賃貸業		114	
	精密機械・医療機械・器具製造業	73	旅館・ホテル		73	
	その他製造業	84	娯楽サービス		111	
	(2,689)	飲食料品卸売業	348		放送業	16
		繊維・繊維製品・服飾品卸売業	168		メンテナンス・整備・検査業	199
		建材・家具・窯業・土石製品卸売業	304		広告関連業	122
紙類・文具・書籍卸売業		95	情報サービス業		646	
化学品卸売業		280	人材派遣・紹介業	95		
再生資源卸売業		31	専門サービス業	310		
鉄鋼・非鉄・鋳業製品卸売業		281	医療・福祉・保健衛生業	143		
機械・器具卸売業	848	教育サービス業	37			
その他の卸売業	334	その他サービス業	261			
		その他	41			
		合計	11,510			

(3) 規模

大企業	1,814	15.8%
中小企業	9,696	84.2%
(うち小規模企業)	(3,658)	(31.8%)
合計	11,510	100.0%
(うち上場企業)	(230)	(2.0%)

2. 企業規模区分

中小企業基本法に準拠するとともに、全国売上高ランキングデータを加え、下記のとおり区分。

業界	大企業	中小企業(小規模企業を含む)	小規模企業
製造業その他の業界	「資本金3億円を超える」かつ「従業員数300人を超える」	「資本金3億円以下」または「従業員300人以下」	「従業員20人以下」
卸売業	「資本金1億円を超える」かつ「従業員数100人を超える」	「資本金1億円以下」または「従業員数100人以下」	「従業員5人以下」
小売業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員50人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員50人以下」	「従業員5人以下」
サービス業	「資本金5千万円を超える」かつ「従業員100人を超える」	「資本金5千万円以下」または「従業員100人以下」	「従業員5人以下」

注1: 中小企業基本法で小規模企業を除く中小企業に分類される企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが上位3%の企業を大企業として区分

注2: 中小企業基本法で中小企業に分類されない企業のなかで、業種別の全国売上高ランキングが下位50%の企業を中小企業として区分

注3: 上記の業種別の全国売上高ランキングは、TDB産業分類(1,359業種)によるランキング

【内容に関する問い合わせ先】

株式会社 帝国データバンク 秋田支店 担当：西 幸一郎

TEL：018-833-4202 FAX：018-835-6823

リリース資料以外の集計・分析については、お問い合わせ下さい(一部有料の場合もございます)。

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。