



## 第十九回 美濃加茂市内企業 業況調査結果

調査項目 (自社業況・売上高・採算・仕入単価・従業員・資金繰り)

二〇二二年十二月に会員六十事業所について業況調査を実施し、全事業所から回答を得ました。(回答率100%)  
 ご協力いただきました皆様、ありがとうございます。今後も年四回実施いたしますので、ご協力頂きますようよろしくお願いいたします。

### 〈調査概要〉

今回の調査は、新型コロナウイルス感染者が今なお高い感染水準で推移している期間に行われました。

ロシアのウクライナ侵攻など海外情勢による円安、原油や仕入価格の高騰ならびに電力料金の上昇など事業環境が変化している時期に調査しました。

特に商業が厳しい結果となりましたが、観光庁が行っている「全国旅行支援」や美濃加茂市で行っている「先得みのかも応援チケット」などにより、観光・飲食業の業況回復がみられました。

## 1 2022年10月～12月期の動向

### 【業況DI】

業況	今期 2022年10月～12月	先行き 2023年1月～3月
サービス	▲ 10.0	▲ 20.0
運輸・自動車	▲ 20.0	▲ 40.0
観光・飲食	30.0	▲ 20.0
建設	▲ 10.0	▲ 20.0
工業	10.0	0.0
商業	▲ 40.0	▲ 30.0
全体	▲ 6.7	▲ 21.7

(※前回調査 ▲10.0)

### 【仕入単価DI】

仕入単価	今期 2022年10月～12月	先行き 2023年1月～3月
サービス	▲ 50.0	▲ 40.0
運輸・自動車	▲ 90.0	▲ 70.0
観光・飲食	▲ 90.0	▲ 90.0
建設	▲ 90.0	▲ 90.0
工業	▲ 70.0	▲ 50.0
商業	▲ 80.0	▲ 80.0
全体	▲ 78.3	▲ 70.0

(※前回調査 ▲76.7)

### 【売上DI】

売上	今期 2022年10月～12月	先行き 2023年1月～3月
サービス	▲ 10.0	▲ 30.0
運輸・自動車	▲ 40.0	▲ 40.0
観光・飲食	30.0	▲ 20.0
建設	0.0	▲ 20.0
工業	10.0	20.0
商業	▲ 50.0	▲ 20.0
全体	▲ 10.0	▲ 18.3

(※前回調査 ▲15.0)

### 【従業員DI】

従業員	今期 2022年10月～12月	先行き 2023年1月～3月
サービス	20.0	10.0
運輸・自動車	20.0	20.0
観光・飲食	0.0	0.0
建設	40.0	40.0
工業	30.0	10.0
商業	▲ 10.0	▲ 10.0
全体	16.7	11.7

(※前回調査 18.3)

### 【採算DI】

採算	今期 2022年10月～12月	先行き 2023年1月～3月
サービス	▲ 30.0	▲ 20.0
運輸・自動車	▲ 60.0	▲ 60.0
観光・飲食	▲ 10.0	▲ 50.0
建設	▲ 30.0	▲ 30.0
工業	0.0	30.0
商業	▲ 60.0	▲ 40.0
全体	▲ 31.7	▲ 28.3

(※前回調査 ▲38.3)

### 【資金繰りDI】

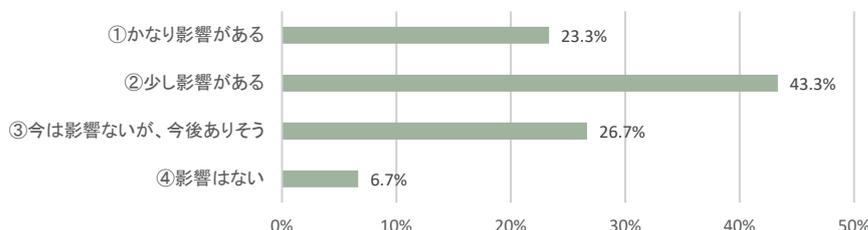
資金繰り	今期 2022年10月～12月	先行き 2023年1月～3月
サービス	0.0	0.0
運輸・自動車	▲ 10.0	▲ 10.0
観光・飲食	▲ 20.0	▲ 30.0
建設	0.0	▲ 10.0
工業	0.0	10.0
商業	▲ 20.0	▲ 10.0
全体	▲ 8.3	▲ 8.3

(※前回調査 ▲8.3)

※ DI (景気判断指数) とは、業況・売上高・採算・仕入単価・従業員・資金繰りの項目についての判断の状況を表す。ゼロを基準としてプラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示し、マイナスの値で景気の下向き傾向を表す回答の割合が多いことを示します。つまり、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がり意味する。

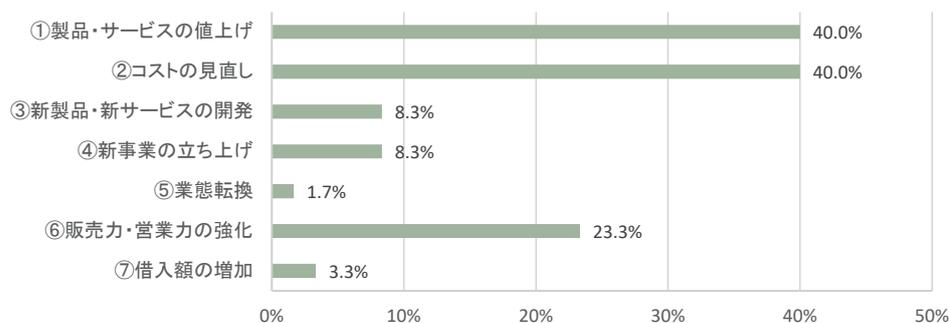
## 2 電力料金の上昇に伴う収益による影響について

電力料金の上昇に伴う収益への影響について伺ったところ「②少し影響がある」が43.3%と最も多く、「①かなり影響がある」が23.3%であった。「①かなり影響がある」「②少し影響がある」と答えた業種は運輸・自動車・商業が最も多く、次に、工業が多い結果となった。



## 3 原油・仕入価格の高騰や電力料金の上昇に対して、自社で行った対策について (複数回答可)

原油や仕入価格の高騰や電力料金の上昇に対して自社で行った対策について伺ったところ、「①製品・サービスの値上げ」「②コストの見直し」が(40%)と最も高く、次に「⑥販売力・営業力の強化」(23.3%)と続く結果となった。その他の対策として、「自主的なアイドルング・ストップの励行」といった意見があった。



## 調査結果

1の業況・売上をみると、観光・飲食・建設・工業以外の業種で落ち込みがみられたが、前期(7~9月)の調査結果と比べると3.3ポイント上昇。サービス業からは「今までは値上げをしなかったが、2023年は13%から15%値上げをする」、自動車関連販売業からは「季節品であるタイヤの値上げにより売上が増加したが、販売数は減少している」との意見があった。

仕入価格は全ての業種で価格が上昇傾向であると回答している。飲食店からは「食材の値上げがある」、建設業からは、「材料価格が1.3倍~1.5倍に値上がりしている」との意見があった。

従業員については、特に建設業で従業員不足と回答している企業が多くみられた。運輸・自動車業からは、「人材不足だけでなく従業員の高齢化が悩みである」との意見があった。採算は観光・工業を除くほとんどの業種で落ち込みがみられるが、前期(7~9月)の調査結果と比べると6.6ポイント増と回復傾向となった。

2の電気料金の影響によると「②少し影響がある」が43.3%、次に「①かなり影響がある」が23.3%であった。特に、運輸・自動車・商業・工業が「かなり影響がある」「少し影響がある」と回答した企業が多い結果となった。

3では原油・仕入価格の高騰や電力料金の上昇に対して自社で行った対策について伺ったところ、「①製品・サービスの値上げ」と「②コストの見直し」が40%と最も多く、次に「⑥販売力・営業力の強化」(23.3%)と続いた。

景況感については、工業からは「半導体不足による部材の入手困難な状況は依然として続き、部材の高騰もあり社内努力だけでは何ともならない状況である」、商業からは「定価はそのまま仕入れ値だけが値上がりしている」など、仕入価格は上昇しているが価格転嫁の難しさに懸念する声が多かった。また、経営努力について伺ったところ「営業車をエコカーにして、ガソリン代をおさえている」「材料をストックできる倉庫を増やしている」「電気の契約先を変更した」といった経費削減する具体的手法についてコメントがあった。また、製造業からは「既存顧客にたよるのではなく新たな取引先を開拓していきたい」といった意見もあった。