

第39回定期景況調査

(2021年10～12月期)

2021年12月

名古屋商工会議所

【第39回定期景況調査概要】

- ◎ 目 的 会員企業の景況を早期かつ的確に把握するため（四半期に一度実施）
- ◎ 調査時期 2021年11月15日～12月3日
- ◎ 調査方法 Webを活用したアンケート調査
- ◎ 回答企業 **745社**
- ◎ 回答企業の内訳

【企業規模】

【企業規模】			【従業員数】		
小規模企業	486社	65.2%	～20人	486社	65.2%
中小企業	177社	23.7%	21～50人	81社	10.9%
			51～100人	42社	5.6%
			101～300人	54社	7.2%
大企業	82社	10.9%	301～500人	21社	2.8%
			501～1,000人	13社	1.7%
			1,001～3,000人	27社	3.6%
			3,001人以上	21社	2.8%

【業 種】

製造業	168社	22.6%
建設業	90社	12.1%
卸売業	77社	10.3%
小売業	43社	5.8%
サービス業	241社	32.3%
その他	126社	16.9%

※ 割合は、四捨五入の関係で、合計値が100.0%にならないことがある。

会員企業の景況

(今期：2021年10～12月，前期：2021年7～9月，来期：2022年1～3月)

＜今期の景況感＞

○業況DI（全産業）は，前期▲11.1から今期▲0.9（好転24.6%－悪化25.5%），前期比＋10.2ポイントと，3期連続で改善するとともに，コロナ禍前の水準（▲6.6）を上回った。

○企業規模別では，すべての企業規模において改善した。業種別では，製造業が悪化する一方，非製造業はすべての業種において改善した。

○今期の業況は，緊急事態宣言の解除等を受け，3期連続で改善しコロナ禍前の水準に回復しているものの，仕入単価の上昇や部品の供給制約等が，特に製造業において足かせとなっている。

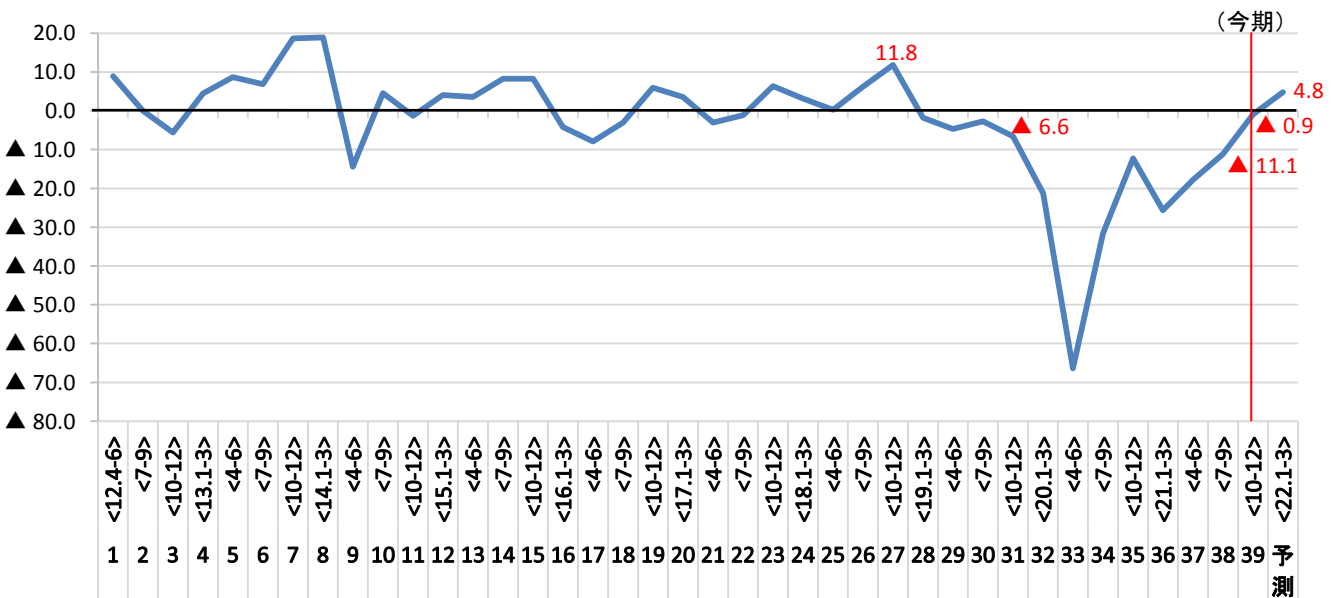
＜来期の景況感＞

○業況DI（全産業）の先行きは，今期▲0.9から来期4.8（好転23.6%－悪化18.8%），前期比＋5.7ポイントと，さらに改善し，3年ぶりにプラスに転じる見通しである。

○企業規模別では，小規模企業および中小企業が改善する一方，大企業が悪化する見通し。業種別では，製造業が部品の供給制約緩和への期待から大きく改善するとともに，非製造業はすべての業種においてさらに改善する見通しである。

業況DI

＜全産業 業況DIの推移＞



《企業規模別 業況DIの推移》

(「好転」-「悪化」：%ポイント)

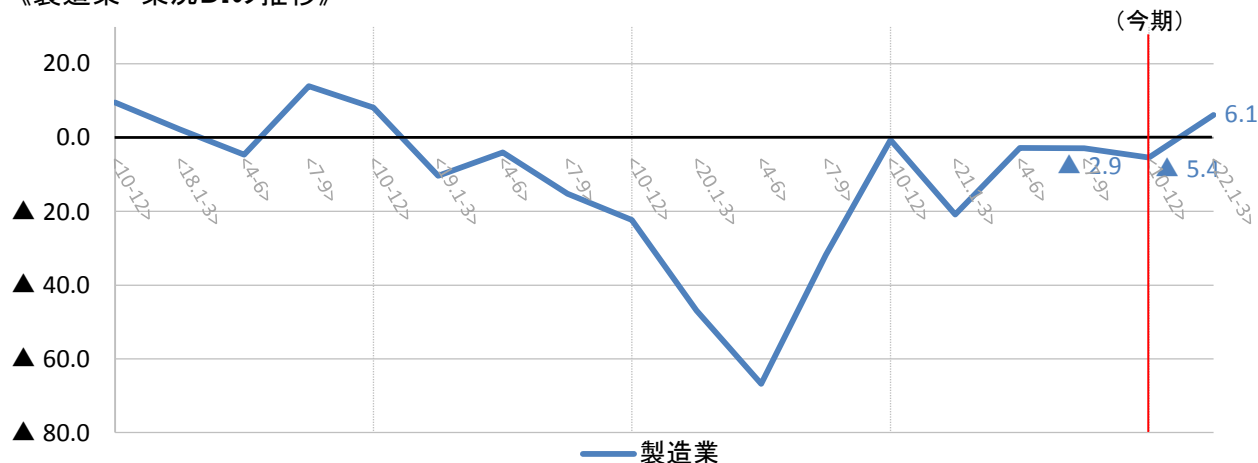
	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	▲12.3	▲25.6	▲17.8	▲11.1	▲0.9	4.8
小規模企業	▲16.0	▲30.4	▲23.0	▲18.4	▲7.0	2.3
中小企業	▲8.4	▲20.4	▲7.9	1.5	10.8	14.1
大企業	0.0	▲7.9	▲5.6	8.1	10.4	0.0

《業種別 業況DIの推移》

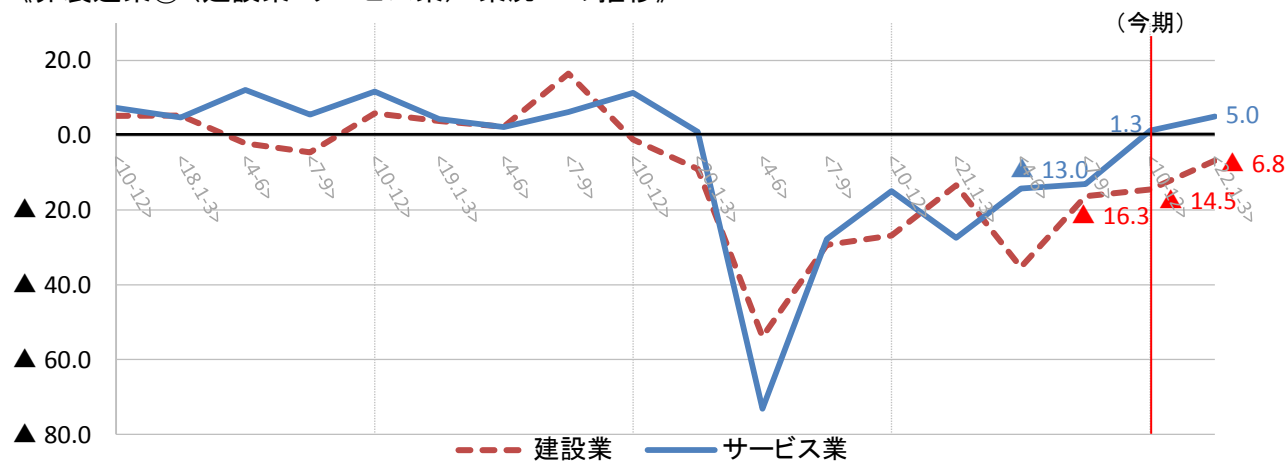
(「好転」-「悪化」：%ポイント)

	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	▲ 12.3	▲ 25.6	▲ 17.8	▲ 11.1	▲ 0.9	4.8
製造業	▲ 0.6	▲ 20.9	▲ 2.8	▲ 2.9	▲ 5.4	6.1
非製造業	▲ 15.7	▲ 26.8	▲ 21.7	▲ 13.2	0.4	4.5
建設業	▲ 26.8	▲ 13.4	▲ 35.3	▲ 16.3	▲ 14.5	▲ 6.8
サービス業	▲ 14.9	▲ 27.4	▲ 14.2	▲ 13.0	1.3	5.0
卸売業	▲ 14.6	▲ 48.8	▲ 33.7	▲ 13.0	6.5	10.4
小売業	▲ 15.1	▲ 35.7	▲ 40.3	▲ 23.2	▲ 11.6	▲ 4.7

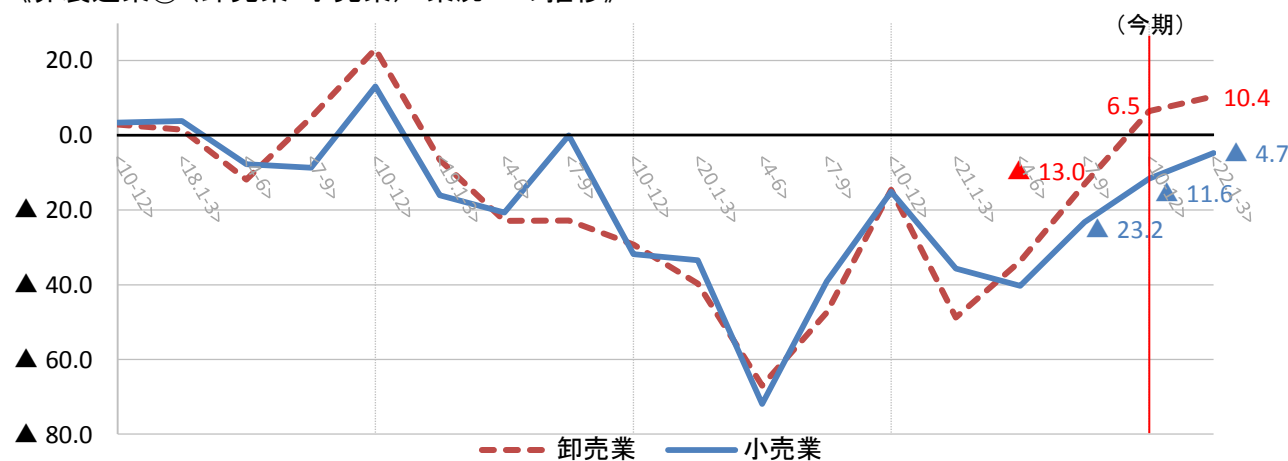
《製造業 業況DIの推移》



《非製造業①（建設業・サービス業） 業況DIの推移》



《非製造業②（卸売業・小売業） 業況DIの推移》



売上DI

売上高は、今期は前期と比べて増加し、来期も今期と比べて増加する見通し。

《売上DIの推移》

〔「増加」-「減少」：%ポイント〕

	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	▲ 11.5	▲ 26.7	▲ 19.5	▲ 9.3	1.9	2.9
製造業	1.2	▲ 27.4	▲ 4.0	▲ 1.8	1.8	4.9
非製造業	▲ 15.2	▲ 26.6	▲ 23.6	▲ 11.1	1.9	2.3
建設業	▲ 22.0	▲ 17.3	▲ 39.3	▲ 16.3	▲ 20.0	▲ 11.2
卸売業	▲ 4.8	▲ 45.5	▲ 31.3	▲ 5.9	14.3	5.2
小売業	▲ 17.0	▲ 27.3	▲ 36.9	▲ 23.2	▲ 4.7	0.0
サービス業	▲ 15.9	▲ 32.0	▲ 15.4	▲ 10.9	1.7	2.5

仕入単価DI

仕入単価は、今期は前期と比べて上昇し、来期も今期と比べて上昇する見通し。

《仕入単価DIの推移》

〔「上昇」-「下落」：%ポイント〕

	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	7.7	9.1	20.3	27.1	43.5	44.8
製造業	10.6	19.4	43.1	53.4	77.6	70.1
非製造業	6.8	6.2	14.1	20.6	33.6	37.4
建設業	10.2	18.8	29.7	44.6	47.7	51.1
卸売業	12.9	11.6	41.1	36.6	72.7	68.8
小売業	13.5	14.3	1.8	8.9	30.2	39.6
サービス業	3.0	▲ 0.4	7.5	12.7	24.1	28.4

採算DI

採算は、今期は前期と比べて好転し、来期も今期と比べて好転する見通し。

《採算DIの推移》

〔「好転」-「悪化」：%ポイント〕

	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	▲ 14.9	▲ 27.6	▲ 22.6	▲ 18.9	▲ 12.5	▲ 11.1
製造業	▲ 3.4	▲ 20.9	▲ 13.6	▲ 15.6	▲ 24.1	▲ 17.5
非製造業	▲ 18.3	▲ 29.4	▲ 25.0	▲ 19.7	▲ 9.1	▲ 9.1
建設業	▲ 27.5	▲ 23.7	▲ 30.5	▲ 34.8	▲ 21.2	▲ 13.4
卸売業	▲ 13.1	▲ 39.7	▲ 36.5	▲ 16.0	▲ 1.3	▲ 14.3
小売業	▲ 26.9	▲ 41.1	▲ 38.2	▲ 32.1	▲ 30.9	▲ 26.2
サービス業	▲ 18.4	▲ 31.3	▲ 21.6	▲ 12.9	▲ 10.1	▲ 8.8

従業員DI

従業員の不足感は、今期は前期と比べて上昇し、来期も今期と比べて上昇する見通し。

《従業員DIの推移》

〔「不足」-「過剰」：%ポイント〕

	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	4.9	6.7	6.6	10.5	16.4	19.8
製造業	3.3	5.4	6.2	10.9	20.5	25.3
非製造業	5.4	7.0	6.7	10.4	15.1	18.2
建設業	13.2	22.4	26.5	31.1	30.0	40.0
卸売業	8.1	▲ 5.7	▲ 5.8	4.0	9.4	9.4
小売業	0.0	1.9	0.0	3.7	9.5	14.3
サービス業	2.1	9.2	6.5	9.6	14.5	17.6

資金繰りDI

資金繰りは、今期は前期と比べて好転し、来期も今期と比べて好転する見通し。

《資金繰りDIの推移》

〔「好転」-「悪化」：%ポイント〕

	2020.10-12	2021.1-3	4-6	7-9	10-12	2022.1-3
全産業	▲ 11.3	▲ 16.5	▲ 12.4	▲ 11.4	▲ 10.4	▲ 9.5
製造業	▲ 10.6	▲ 16.7	▲ 11.9	▲ 4.7	▲ 10.2	▲ 13.2
非製造業	▲ 11.5	▲ 16.5	▲ 12.6	▲ 13.1	▲ 10.5	▲ 8.5
建設業	▲ 12.0	▲ 9.2	▲ 8.5	▲ 12.0	▲ 11.3	▲ 14.6
卸売業	▲ 11.1	▲ 23.8	▲ 10.5	▲ 7.9	▲ 18.4	▲ 8.0
小売業	▲ 15.7	▲ 16.4	▲ 19.6	▲ 25.5	▲ 18.6	▲ 18.6
サービス業	▲ 11.8	▲ 19.2	▲ 14.3	▲ 13.6	▲ 8.8	▲ 8.0

「売上高」に関する調査

< 「売上高」の増加・減少（コロナ禍前との比較） >

○今期（2021年10～12月）の売上高がコロナ禍前の前々年同期（2019年10～12月）より「減少」した企業は48.7%（「半減」した企業は12.5%）、「増加」した企業は19.6%であった。また、売上高が「減少」した企業は、企業規模別では、大企業が3割に満たない一方、小規模企業は5割を超えており、業種別では、小売業および製造業が5割を大きく超えていた。さらに、売上高が「半減」した企業は、小規模企業およびサービス業、小売業が1割5分を超えていた。

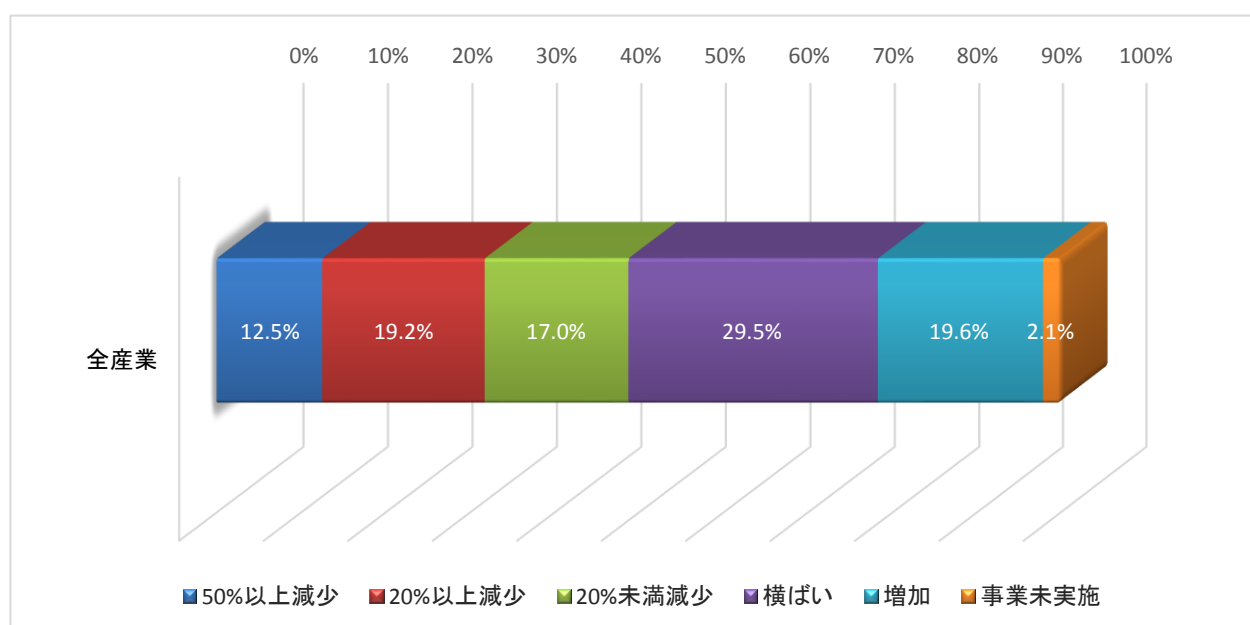
< 「売上高」の回復時期 >

○今期の売上高が前々年同期より「減少」した企業に、コロナ禍前の売上高にはいつごろ回復すると思うか聞いたところ、「1年以内」が37.5%、「1年以上」が47.1%、「コロナ禍前の売上高には回復しない」が15.4%であった。また、「コロナ禍前の売上高には回復しない」と回答した企業は、業種別では製造業が最も多く、2割を超えていた。

< 「売上高」の増加要因 >

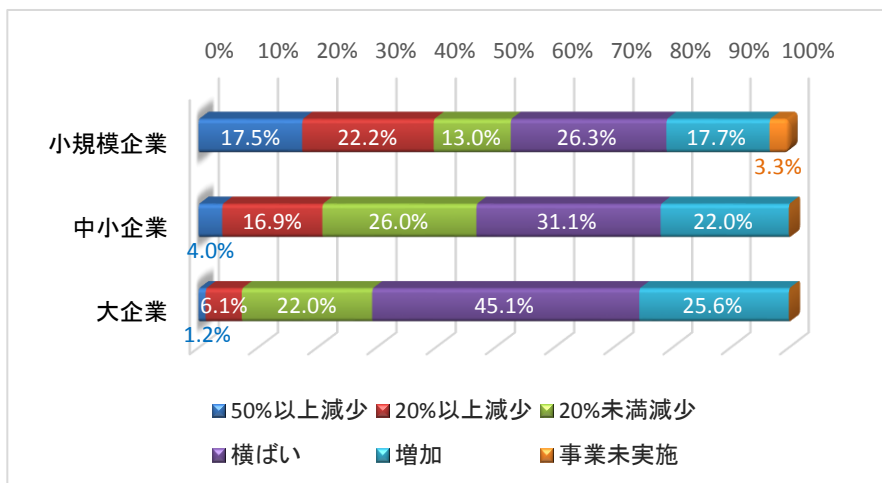
○今期の売上高が前々年同期より「増加」した企業に、コロナ禍前の売上高より増加した要因を聞いたところ、「国内個人消費の回復」が32.9%と最も多く、次いで「新たな製品・サービスの提供」が28.8%、「国内設備投資の回復」が21.9%、「新たな事業への進出」が15.1%であった。経済の回復といった外的要因のみならず、コロナ禍での新たなチャレンジが、小規模企業を中心に売上高の増加に結び付いている。

1. 「売上高」の増加・減少（前々年との比較）



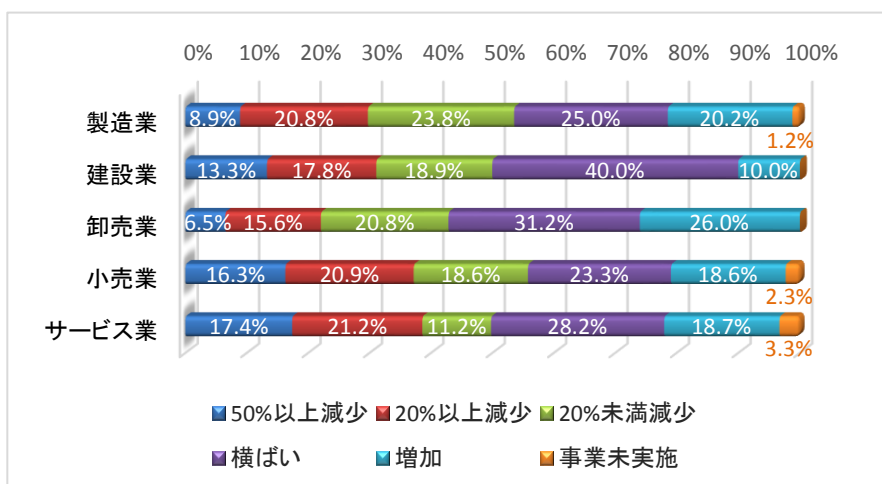
○今期（2021年10～12月）の売上高は、コロナ禍前の前々年同期（2019年10～12月）と比較して「減少」と回答した企業は、48.7%（50%以上12.5%+20%以上19.2%+20%未満17.0%）であった。また、今期の売上高は、前々年同期と比較して「増加」と回答した企業は、19.6%であった。

<企業規模別>



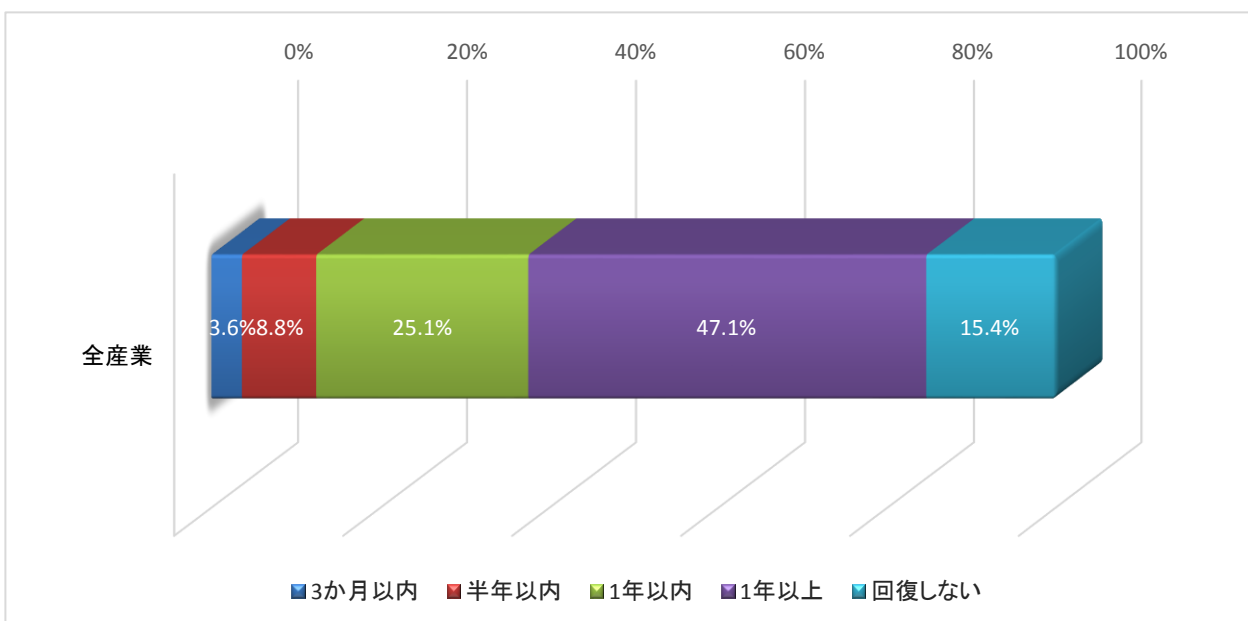
○企業規模別では、「減少」と回答した企業は、小規模企業が52.7%，中小企業が46.9%，大企業が29.3%であった。また、「増加」と回答した企業は、小規模企業が17.7%，中小企業が22.0%，大企業が25.6%であった。

<業種別>



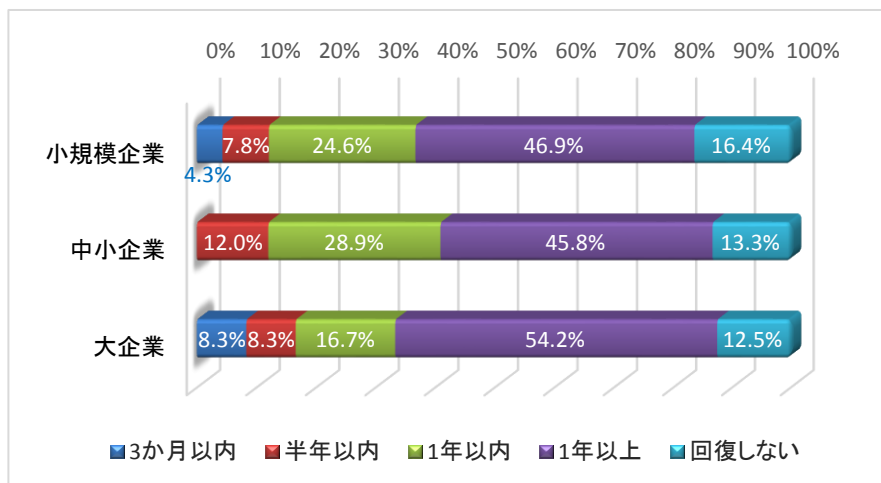
○業種別では、「減少」と回答した企業は、製造業が53.5%，建設業が50.0%，卸売業が42.9%，小売業が55.8%，サービス業が49.8%であった。また、「増加」と回答した企業は、製造業が20.2%，建設業が10.0%，卸売業が26.0%，小売業が18.6%，サービス業が18.7%であった。

2. 「売上高」の回復時期



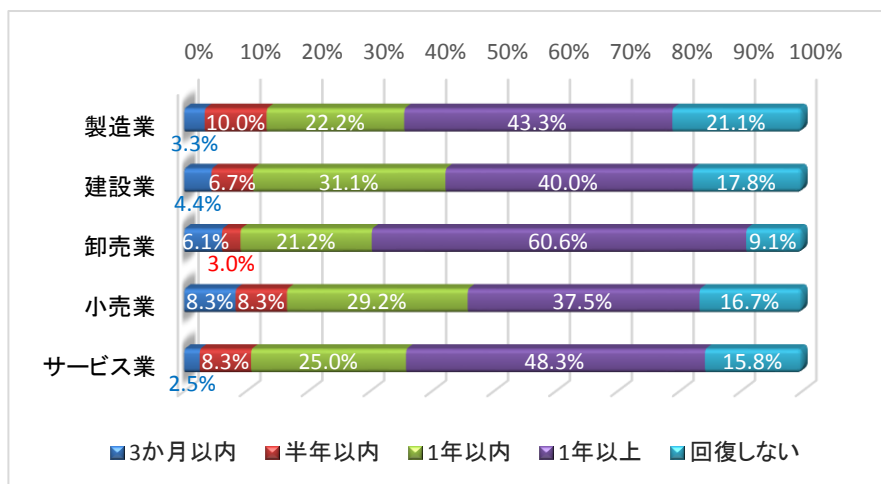
○今期の売上高は前々年同期と比較して「減少」と回答した企業に、コロナ禍前の売上高にはいつごろ回復すると思うか聞いたところ、「1年以内」が37.5%（3か月以内3.6%+半年以内8.8%+1年以内25.1%）、「1年以上」が47.1%、「コロナ禍前の売上高には回復しない」が15.4%であった。

<企業規模別>



○企業規模別では、「コロナ禍前の売上高には回復しない」と回答した企業は、小規模企業が16.4%、中小企業が13.3%、大企業が12.5%であった。

<業種別>

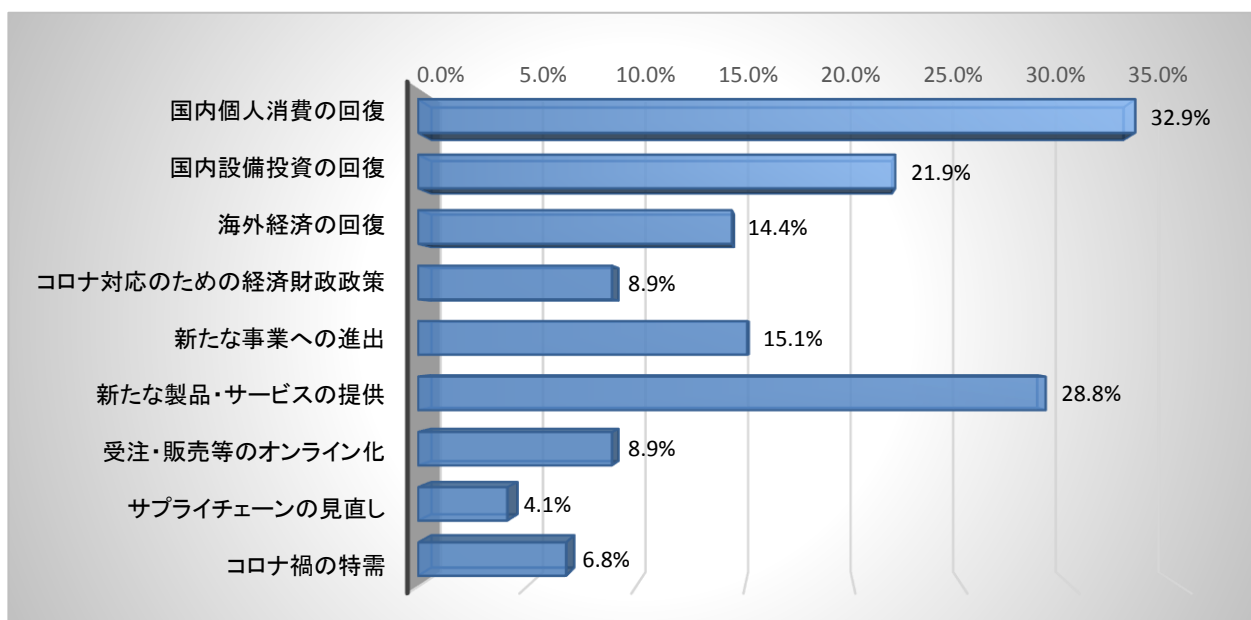


○業種別では、「コロナ禍前の売上高には回復しない」と回答した企業は、製造業が21.1%、建設業が17.8%、卸売業が9.1%、小売業が16.7%、サービス業が15.8%であった。

○「コロナ禍前の売上高には回復しない」主な理由は以下のとおり（自由記述）

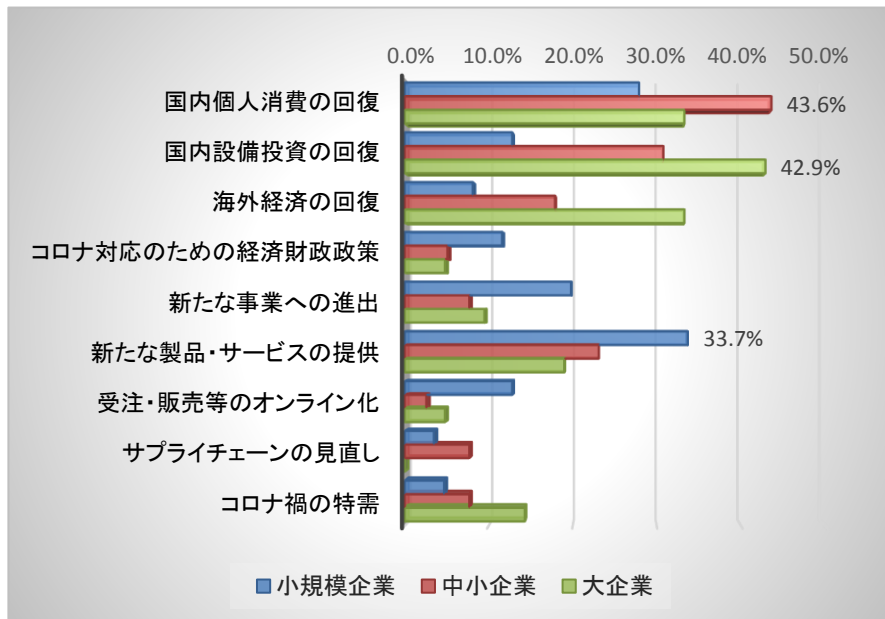
- ・製造業では、自動車のEV化による部品点数の大幅な減少、航空機向け需要の減退 など
- ・小売業やサービス業では、消費者の生活様式や行動様式、価値観の変化、企業による宴席の回避、冠婚葬祭での利用回復が見込めない など

3. 「売上高」の増加要因 <複数回答>



○今期の売上高は前々年同期と比較して「増加」と回答した企業に、コロナ禍前の売上高より増加した要因を聞いたところ、「国内個人消費の回復」が32.9%と最も多く、次いで「新たな製品・サービスの提供」が28.8%、「国内設備投資の回復」が21.9%、「新たな事業への進出」が15.1%であった。

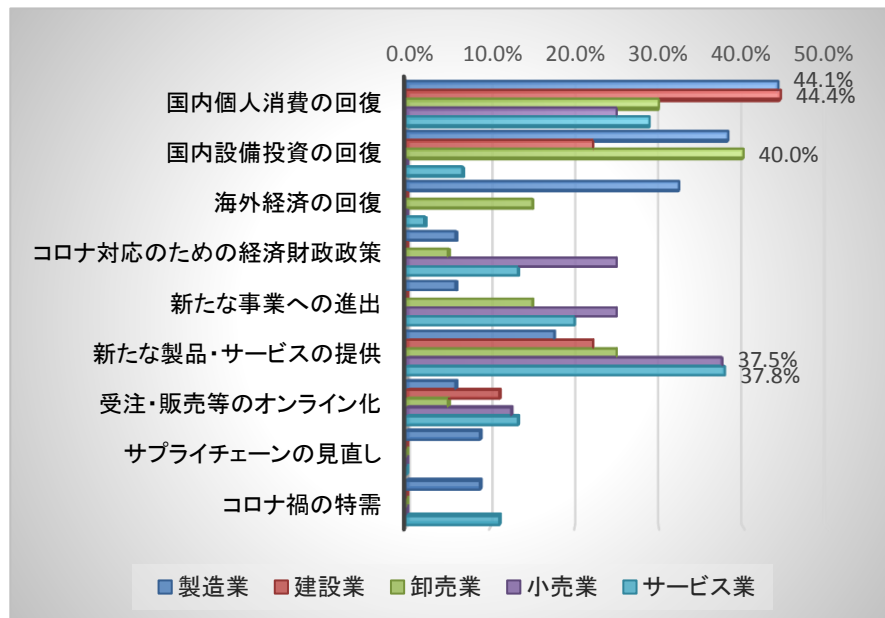
<企業規模別>



○企業規模別では、小規模企業は「新たな製品・サービスの提供」が、中小企業は「国内個人消費の回復」が、大企業は「国内設備投資の回復」が最も多かった。

大企業および中小企業は、国内外経済の回復という外的要因によるところが大きく、小規模企業は、マスク等コロナ対応商品の販売、持ち帰り商品の開発、ECの強化など、コロナ禍での新たなチャレンジという内的要因によるところが大きかった。

<業種別>



○業種別では、製造業および建設業は「国内個人消費の回復」が、卸売業は「国内設備投資の回復」が、小売業およびサービス業は「新たな製品・サービスの提供」が最も多かった。

《業況感に関する企業の声》

＜製造業（金型）＞

○ 仕事量が戻ってきていたが、部品不足による自動車メーカーの生産調整により、少し先行きが不透明な状況になってきている。ただ、金型の補充は基本的には必要と思われるので、当面は堅調な受注が継続すると思う。また、材料や購入部品価格の上昇分の価格転嫁が中小企業にとって大きな課題となっている。自動車業界では価格アップをあまりよく思わない一面がある。

＜製造業（金属加工）＞

○ 仕入単価は増加の一途をたどっているものの、売価に転嫁できない厳しい状況が続いている。また、少子高齢化が進み、労働力の不足も大きな問題となっている。

＜製造業（機械加工）＞

○ 人材を募集しても集まらないため、労働力不足を解消できず、受注に応えられない。このため、仕事のキャンセルを余儀なくされたり、一人当たりの残業時間を増やしたりとよいことがなく、その結果、売上が伸びない。

＜製造業（飲食関係）＞

○ 飲食店向けの商売のため、売上高の大幅な回復等は期待薄であると同時に、原材料（小麦粉、油）、輸送費（ガソリン）等の値上がりもあり、厳しい現状である。また、国や地方公共団体等の支援金は飲食店には手厚く出される一方、製造業者には微々たる支援しかなく苦慮している。

＜建設業（配管設備）＞

○ 建設資材の価格高騰が激しく大変苦しい状態。管材の価格の一部は去年の倍になっており、その価格が工事見積価格に直結することから、工事の受注が難しくなっている。この状況が今後も続くのであれば、建設業（配管設備）の立て直しは長く掛かると思われる。

＜卸売業（精密機械部品専門商社）＞

○ 売上は前々年並みに戻ってきているが、仕入れコスト上昇および長納期化の問題が顕在化してきている。テレワークにより固定費が減少しているものの、将来的なビジネス構造の変化に追従できるか不安もある。

＜卸売業（総合商社）＞

○ 資源価格高騰やサプライチェーンの混乱があり、将来業績は読みにくい状況が続いている。

＜小売業（情報通信機器）＞

○ 半導体不足の影響で、自社が扱う情報通信機器の供給が追い付かず、慢性的な商品不足になりつつある。

＜サービス業（旅行）＞

○ 新型コロナが落ち着いており、2月から予定されているGoToトラベルに期待を寄せているものの、第6波の感染拡大を懸念している。

＜サービス業（飲食）＞

○ 仕入れ食材、副資材、光熱費等の値上がりにより、コストの吸収が非常に厳しい状況にある。やむなく12月より値上げを実施するが、お客様離れが心配である。