

企業経営者意識調査結果概要 (令和5年4-6月期)

令和5年(2023年) 8月
経済部経済企画局経済企画課

I 実施概要

四半期毎に実施している「企業経営者意識調査」において、令和4年から特別調査として原油・原材料価格高騰の影響に関する調査を実施。

また、今回は、賃金引上げの状況についても併せて調査を行った。

1 調査方法

郵送またはインターネット回答によるアンケート調査

2 回答期間

令和5年4月5日(水)～6月30日(金)

3 調査対象及び回答企業数等

| 区分 | 調査対象企業数 | 回答企業数 | 回答率(%) |
|-----------|------------|------------|--------------|
| 建設業 | 125 | 83 | 66.4% |
| 製造業 | 150 | 89 | 59.3% |
| 卸売・小売業 | 188 | 88 | 46.8% |
| 運輸業 | 131 | 77 | 58.8% |
| サービス業 | 306 | 147 | 48.0% |
| 合計 | 900 | 484 | 53.8% |

※ サービス業には、ソフトウェア業、物品賃貸業、測量・設計業、宿泊業、洗濯業、美容業、旅行業、飲食店、娯楽業、自動車整備業、廃棄物処理業、労働者派遣業などが含まれる。

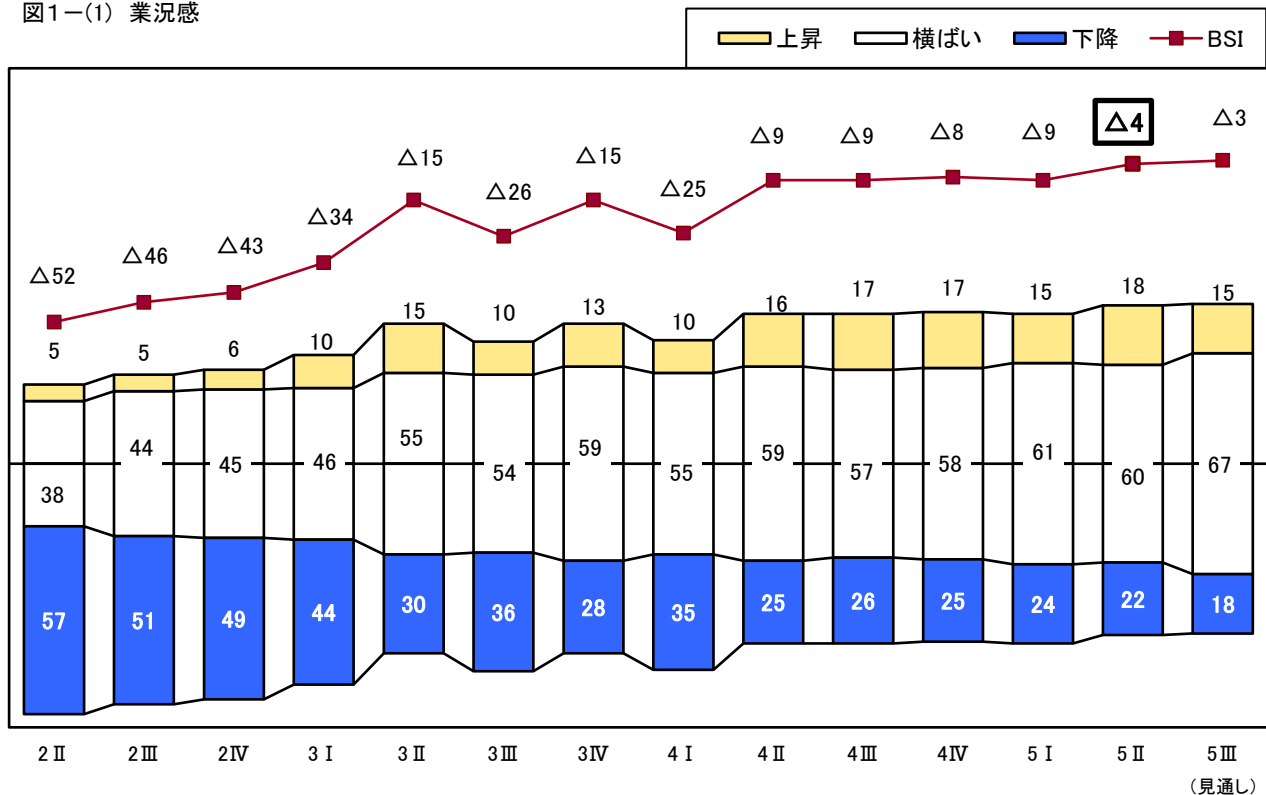
II 定例調査

1 業況感BSI

業況感BSIは、全体では前期から5ポイント上昇し△4ポイントとなった。

来期(令和5年7-9月期)見通しは、今期から1ポイント上昇し、△3ポイントとなった。

図1-(1) 業況感



※「上昇」「横ばい」「下降」は%、BSIは「上昇」-「下降」

※業況感BSI(Business Survey Index)

企業経営者の当該四半期における業況感を前年同期との比較(「上昇」、「横ばい」、「下降」)で回答してもらい、「上昇」とする企業の割合(%)から「下降」とする企業の割合(%)を引いてポイントを算出している。

2 業種・地域別の状況

業種別にみると、運輸業はプラスに転換、サービス業はプラス幅が拡大、製造業は横ばい、建設業、卸売・小売業はマイナス幅が縮小。

地域別にみると、道央がプラスに転換、道北、十勝、釧路・根室はマイナス幅が縮小、道南、オホーツクはマイナス幅が拡大。

| 区分 | R5年 1-3月 実績 | R5年4-6月実績 | | | | | R5年7-9月見通し | | | | | |
|-------------|-------------------|-----------|-----|----|-----|------|------------|-----|----|-----|------|-----|
| | | 上昇 | 横ばい | 下降 | BSI | 変化幅 | 上昇 | 横ばい | 下降 | BSI | 変化幅 | |
| 総計 | △ 9 | 18 | 60 | 22 | △ 4 | 5 | 15 | 67 | 18 | △ 3 | 1 | |
| 業 種 | 建設業 | △ 19 | 9 | 73 | 18 | △ 9 | 10 | 4 | 80 | 16 | △ 12 | △ 3 |
| | 製造業 | △ 18 | 11 | 60 | 29 | △ 18 | 0 | 15 | 59 | 26 | △ 11 | 7 |
| | 卸売・小売業 | △ 11 | 19 | 54 | 27 | △ 8 | 3 | 17 | 63 | 20 | △ 3 | 5 |
| | 運輸業 | △ 4 | 21 | 60 | 19 | 2 | 6 | 16 | 71 | 13 | 3 | 1 |
| | サービス業 | 3 | 24 | 58 | 18 | 6 | 3 | 22 | 61 | 17 | 5 | △ 1 |
| 資 本 金 | 5千万円未満 | △ 14 | 16 | 59 | 25 | △ 9 | 5 | 13 | 65 | 22 | △ 9 | 0 |
| | 5千万円以上～1億円未満 | △ 4 | 20 | 60 | 20 | 0 | 4 | 16 | 70 | 14 | 2 | 2 |
| | 1億円以上 | 6 | 22 | 69 | 9 | 13 | 7 | 25 | 68 | 7 | 18 | 5 |
| 地 域 | 道南 | △ 11 | 9 | 59 | 32 | △ 23 | △ 12 | 15 | 60 | 25 | △ 10 | 13 |
| | 道央 | △ 2 | 23 | 60 | 17 | 6 | 8 | 21 | 66 | 13 | 8 | 2 |
| | 道北 | △ 11 | 19 | 60 | 21 | △ 2 | 9 | 13 | 71 | 16 | △ 3 | △ 1 |
| | オホーツク | △ 14 | 7 | 65 | 28 | △ 21 | △ 7 | 4 | 66 | 30 | △ 26 | △ 5 |
| | 十勝 | △ 22 | 15 | 57 | 28 | △ 13 | 9 | 13 | 61 | 26 | △ 13 | 0 |
| | 釧路・根室 | △ 17 | 11 | 66 | 23 | △ 12 | 5 | 9 | 68 | 23 | △ 14 | △ 2 |

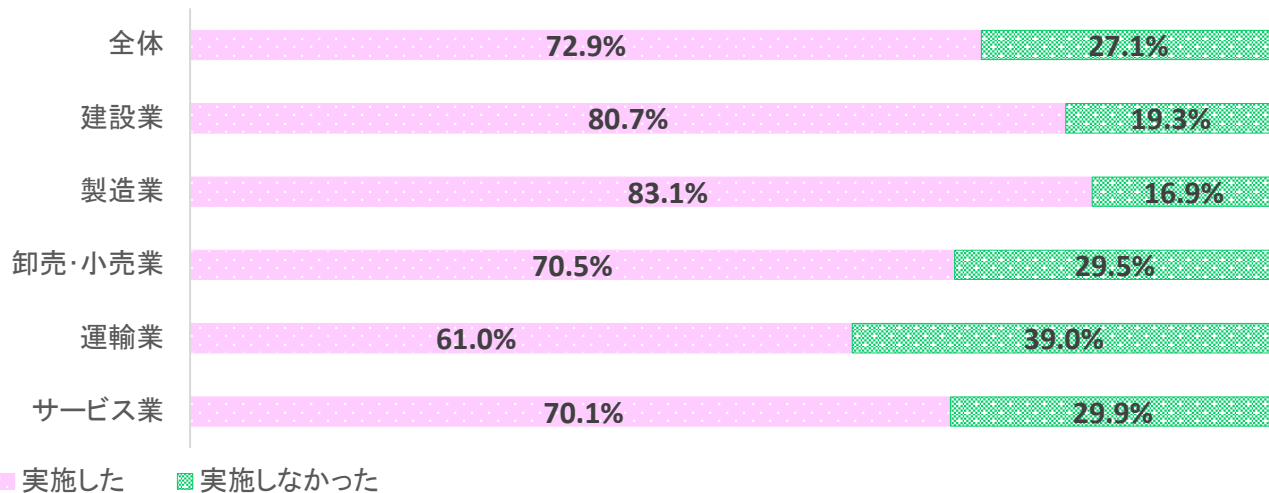
※「上昇」「横ばい」「下降」は%、BSIは「上昇」-「下降」

Ⅲ 特別調査

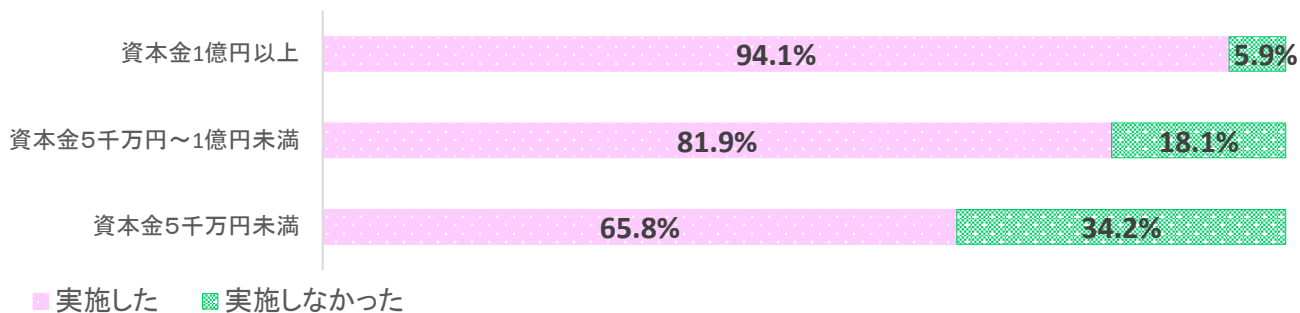
1 賃金引き上げの状況について

(1) 賃上げの実施状況

全体では、昨年から今年にかけて「賃上げを実施した」と回答した企業の割合は72.9%、「実施しなかった」と回答した企業の割合は27.1%だった。業種別では、製造業(83.1%)で実施率が高く、次いで建設業(80.7%)と続き、運輸業で最も実施率が低く(61.0%)、業種によって、実施率に差が出た。

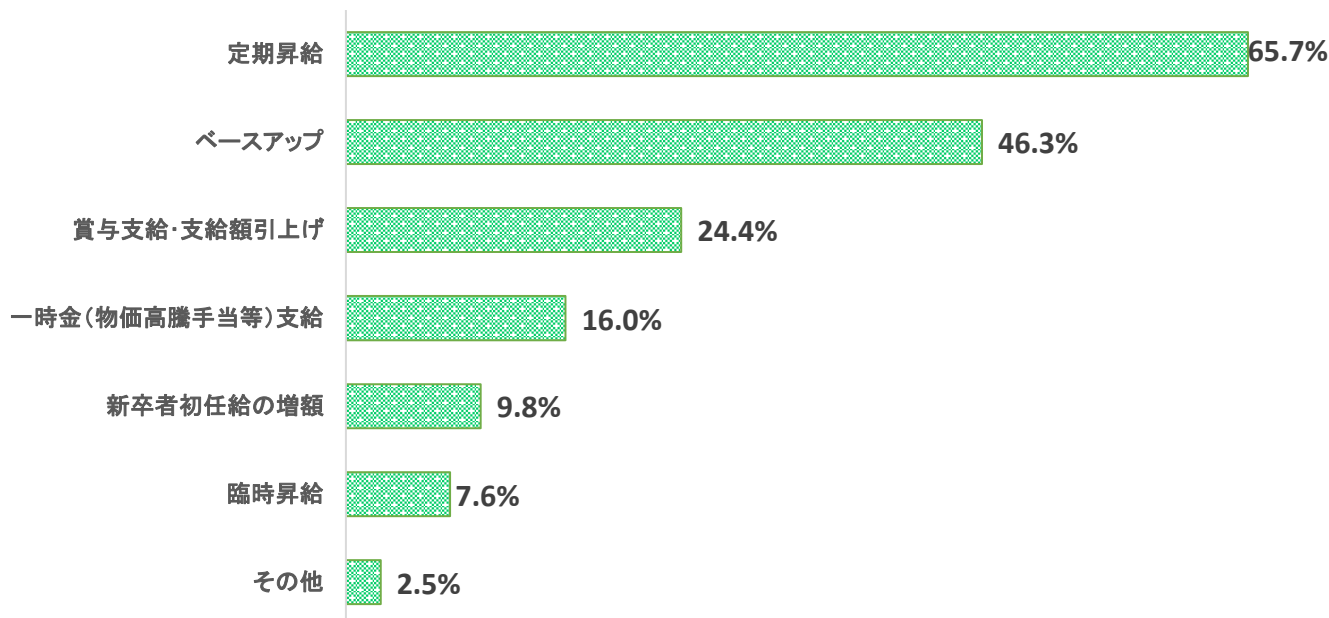


規模別では、賃上げを「実施した」と回答した企業の割合は、「資本金1億円以上」の94.1%に対し、「5千万円～1億円未満」では81.9%、「5千万円未満」では65.8%と、規模によっても、実施率に大きな差が出た。



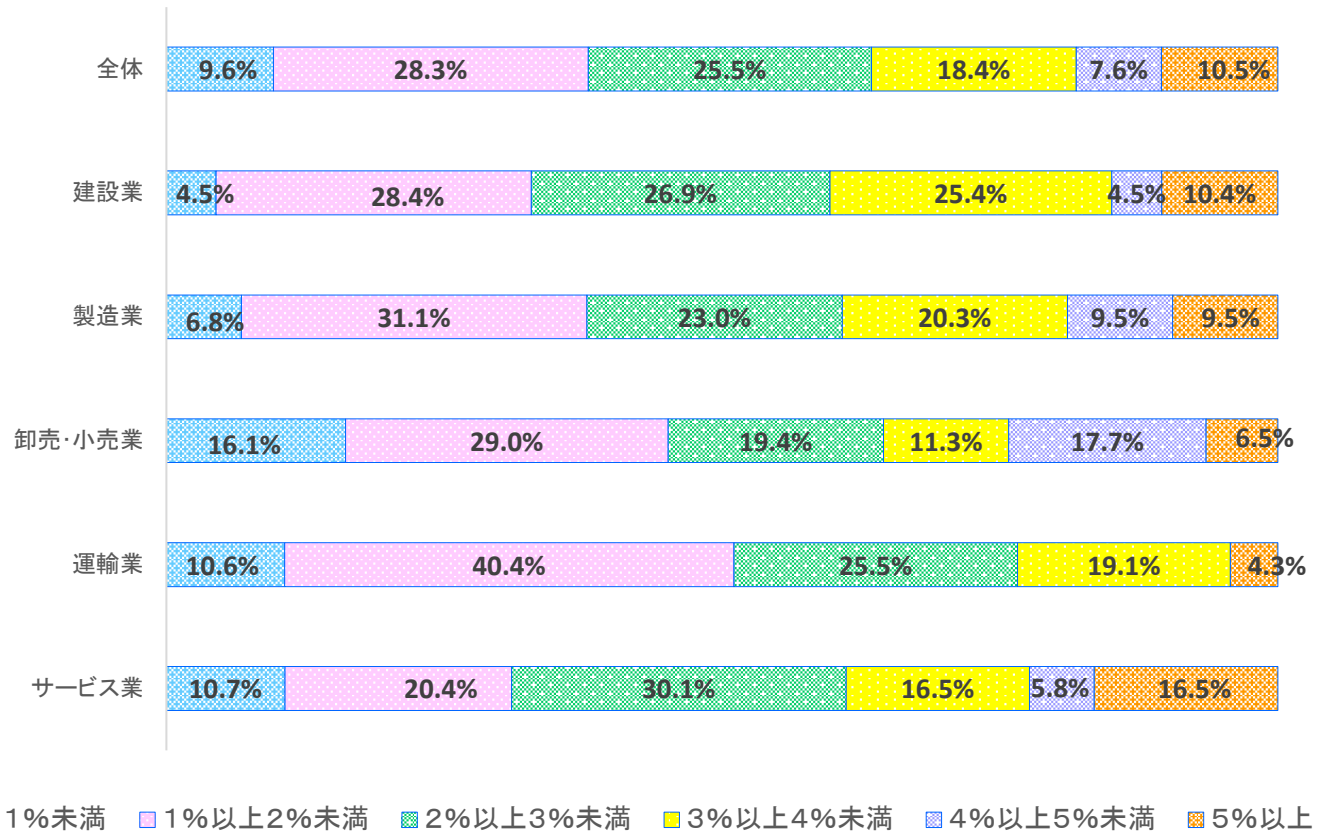
(2) 賃上げの内容 (複数回答)

賃上げの内容で、最も多かった回答は「定期昇給」が65.7%、次いで「ベースアップ」が46.3%と続く。



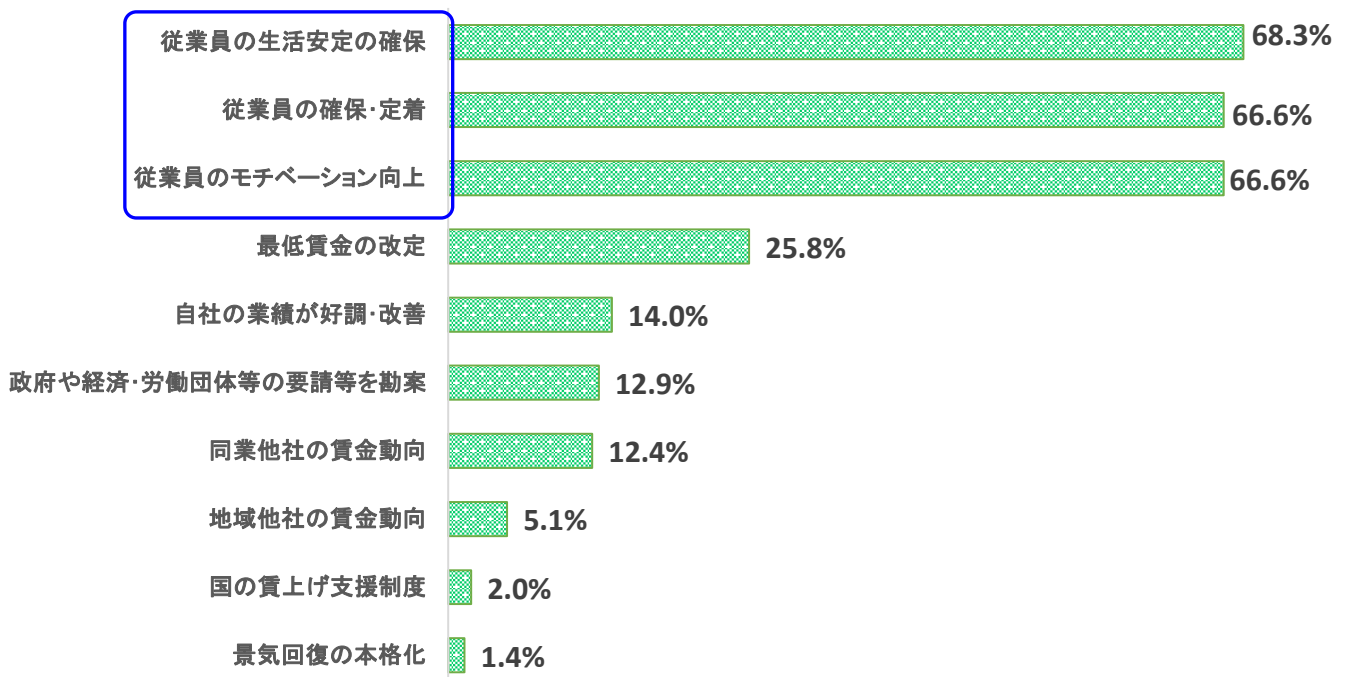
(3) 賃上げ率（年収換算）

賃上げ率については、全体では「1%以上2%未満」が28.3%と最も多く、次いで「2%以上3%未満」が25.5%と続く。また、「5%以上」の高水準の賃上げを行う企業は10.5%あった。



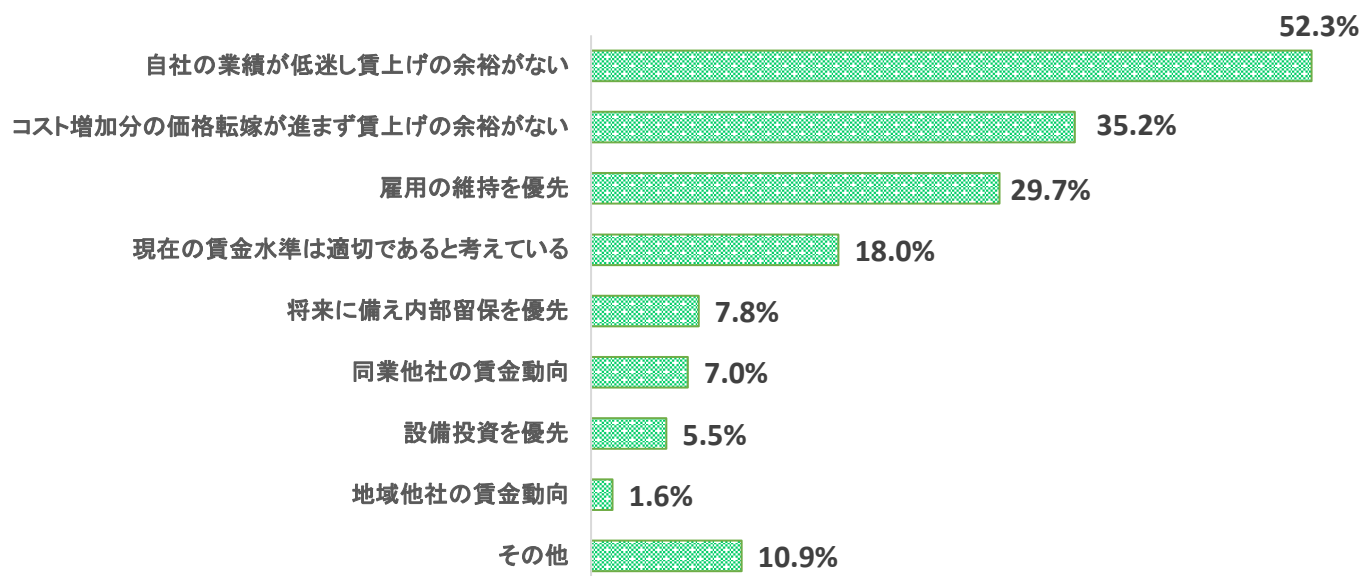
(4) 実施理由や実施にあたって重視した要素（複数回答）

実施理由等は、「従業員の生活安定の確保」が68.3%と最も多く、次いで「従業員の確保・定着」（66.6%）、「従業員のモチベーション向上」（66.6%）が続き、人材確保に関わる回答が上位を占めた。



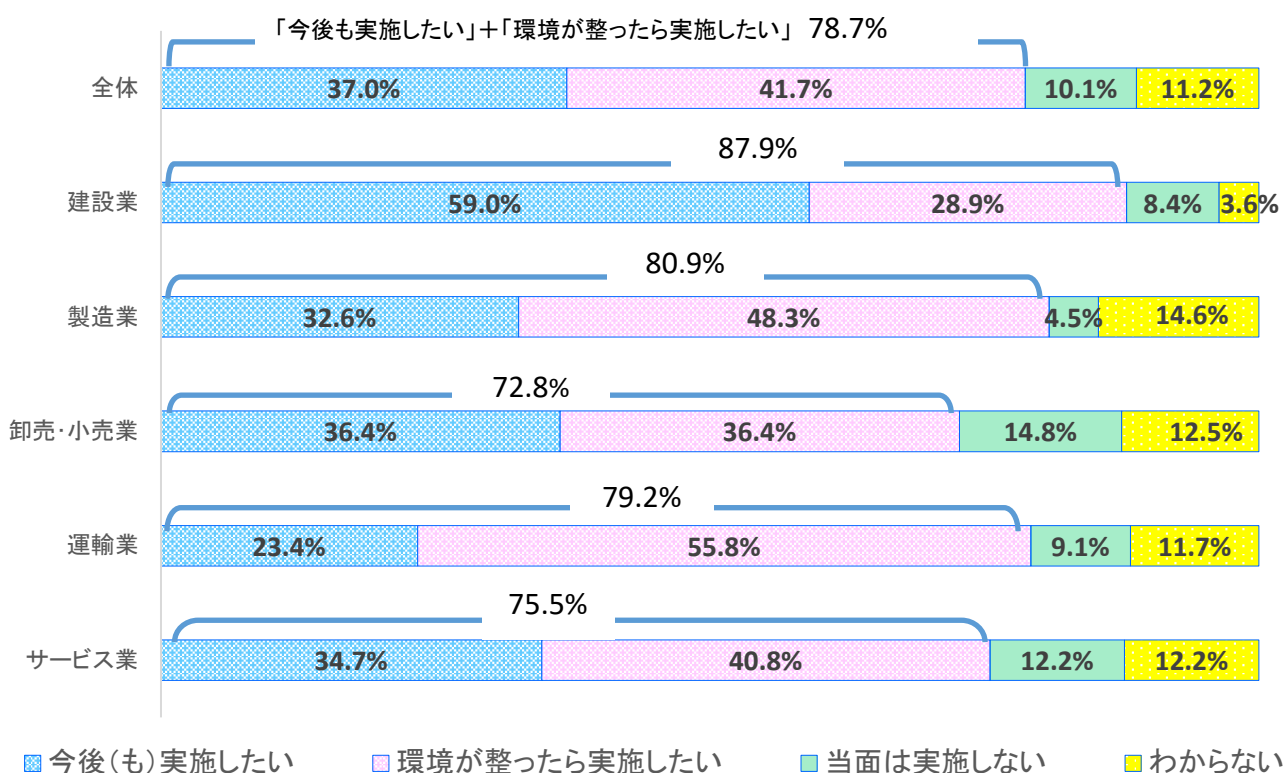
(5) 実施しなかった主な理由（複数回答）

実施しなかった主な理由は、「自社の業績が低迷し賃上げの余裕がない」が52.3%と最も多く、次いで「コスト増加分の価格転嫁が進まず賃上げの余裕がない」(35.2%)、「雇用の維持を優先する」(29.7%)が続く。



(6) 今後の賃上げの意向

今後の賃上げの意向としては、全体では、「今後も実施したい」(37.0%)と、「環境が整ったら実施したい」(41.7%)を合わせ、78.7%の企業が今後の賃上げに前向きな姿勢。すべての業種で7割を超えており、特に建設業(87.9%)、製造業(80.9%)が高い。

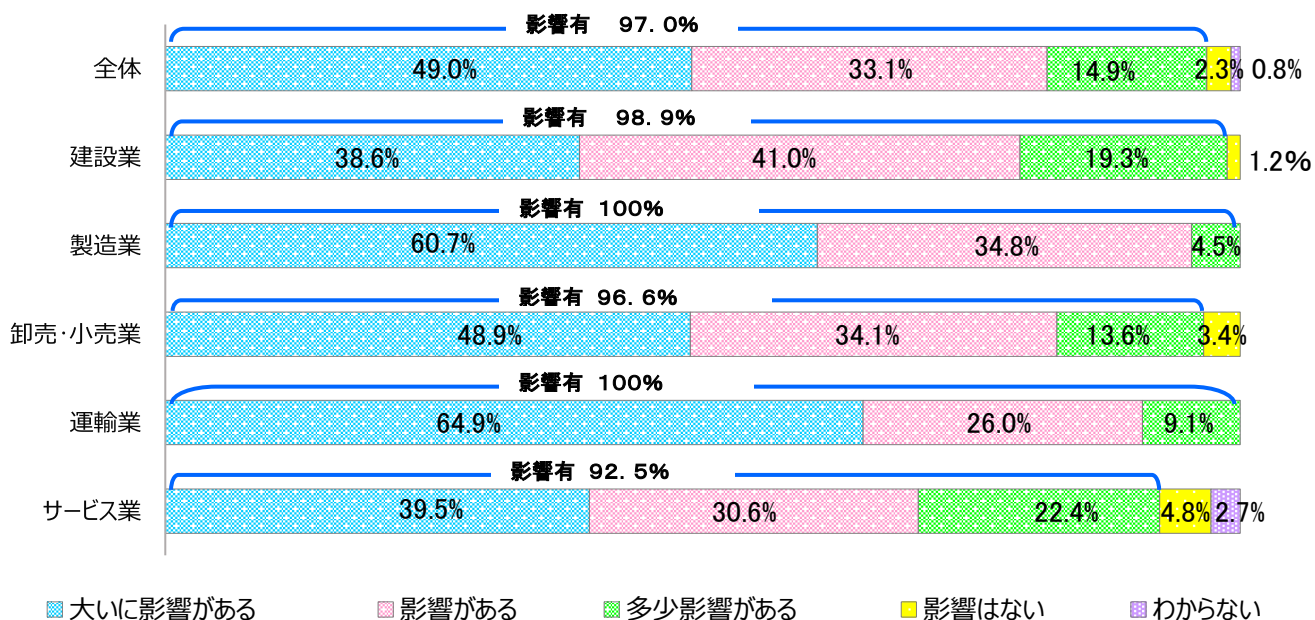


2 原油・原材料価格高騰の影響について

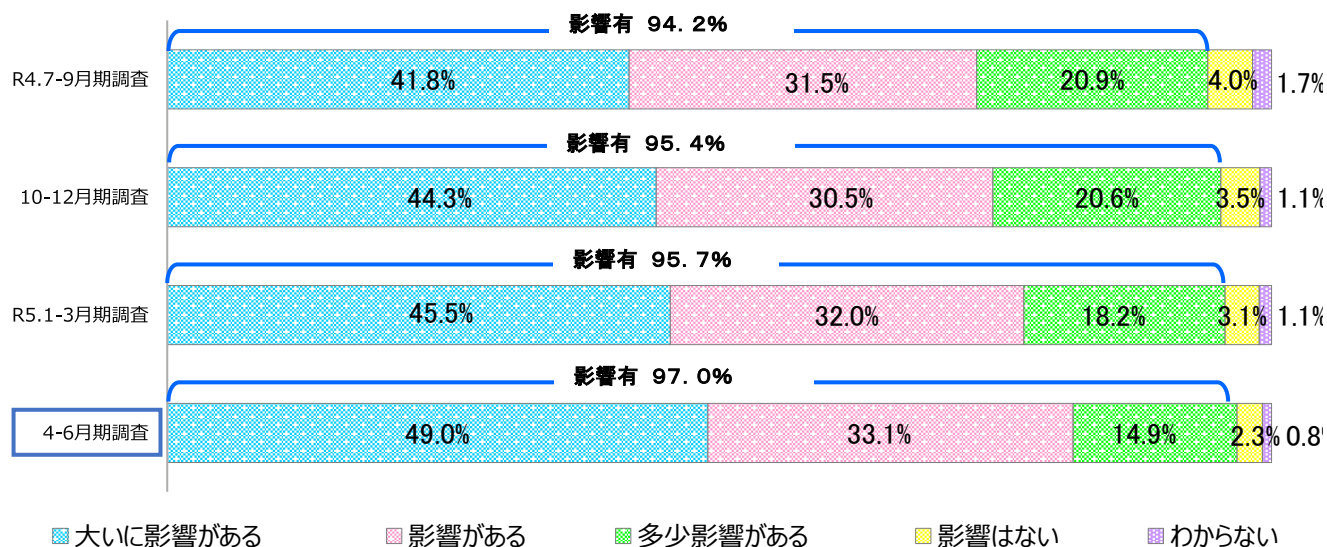
(1) 経営への影響

原油・原材料価格高騰の経営への影響については、全体では「大いに影響がある」と回答した企業の割合が49.0%と最も大きく、「影響がある」(33.1%)、「多少影響がある」(14.9%)と合わせて、97.0%の企業が「影響がある」と回答した。

業種別でみると、「影響がある」と回答した企業の割合は、製造業、運輸業で100%となっており、最も低いサービス業でも92.5%とすべての業種で高い割合。

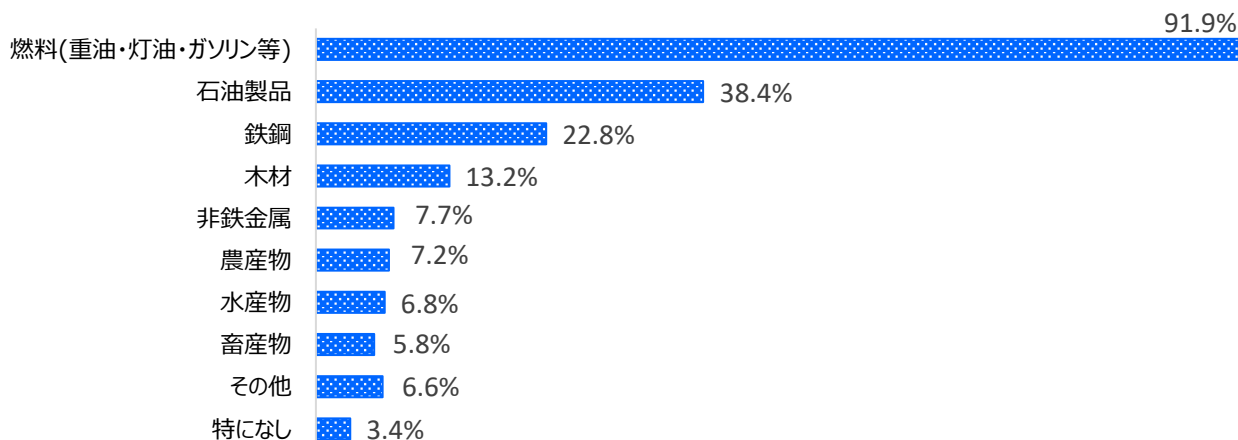


調査開始以降、「大いに影響がある」「影響がある」「多少影響がある」を合わせた「影響がある」と回答した企業の割合は、9割を超える高い水準で推移している。



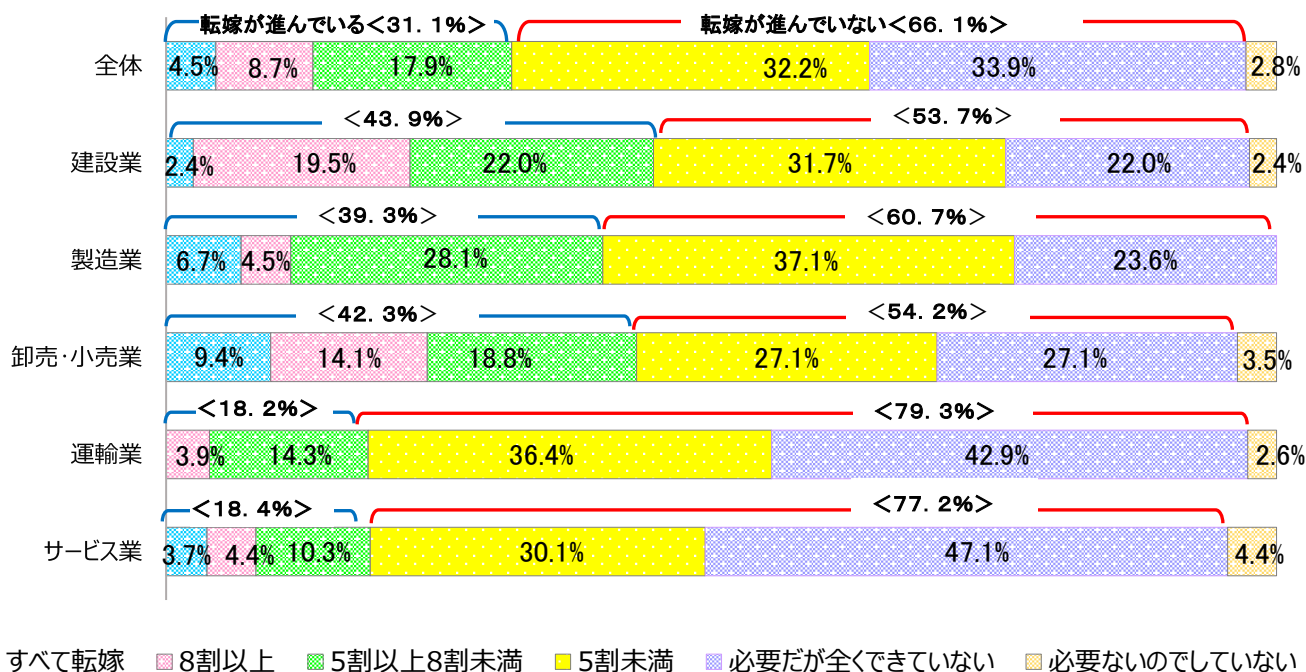
(2) 経営に影響を与えている品目 (複数回答)

経営に影響を与えている品目について、最も多かった回答は、「燃料(重油・灯油・ガソリン等)」の91.9%で、次いで「石油製品」(38.4%)、「鉄鋼」(22.8%)と続く。

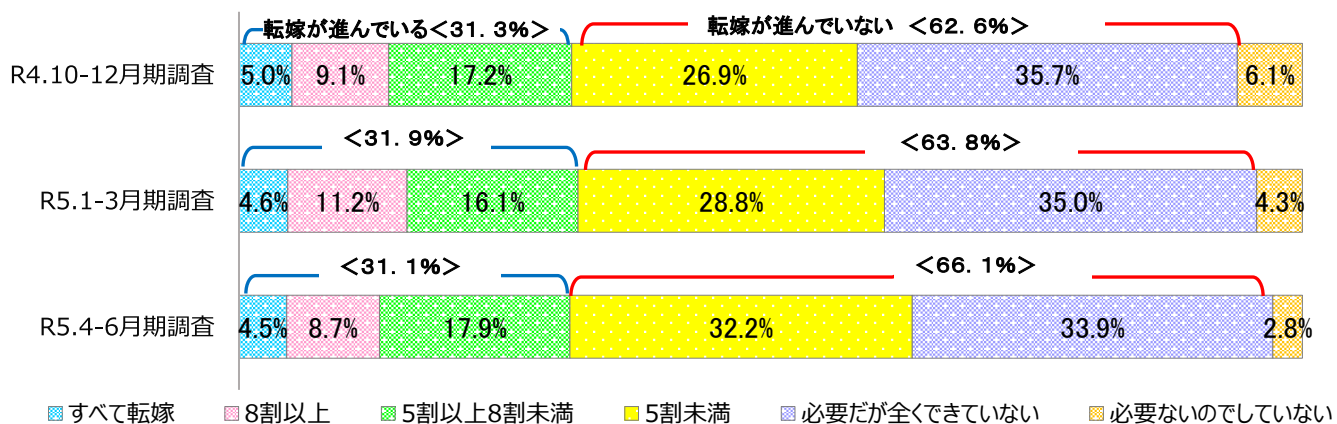


(3) 価格転嫁の状況

全体では、「5割未満」と「必要だが全くできていない」を合わせた「価格転嫁が進んでいない」企業は66.1%だった。特に、運輸業（79.3%）、サービス業（77.2%）では、価格転嫁が進んでいない。



調査開始以降、『価格転嫁が進んでいない』（「5割未満」及び「必要だが全くできていない」）企業の割合は、6割程度の水準で推移し、依然として、価格転嫁が進んでいない状況がうかがえる。



(4) 経営への影響緩和対策（複数回答）

経営への影響緩和のため、「更に製品（商品）価格に転嫁」が39.9%、次いで「原油・原材料を節約」が37.1%と続く。

