

第178回 取引先企業景気動向調査

2022年 7- 9月 実績

2022年 10- 12月 見通し

 瀬戸信用金庫
総合企画部

＜ 調査の概要 ＞

- 調査期間 2022年7～9月を対象に9月上旬に実施
- 調査対象先 302社
- 調査対象地域 瀬戸・尾張旭地区および名古屋地区
- 分析方法 「増加したとする企業割合」と「減少したとする企業割合」の差(DI)を中心に分析した
 ※DIとは、業況を判断するための指数で、＜良い(やや良い)と答えた割合＞から＜悪い(やや悪い)と答えた割合＞を引いた数値で、どちらの割合が多いかを比べて業況がどの方向に向きつつあるかの判断を指数化したもの

● 調査企業の業種構成

《瀬戸・尾張旭地区》

企業数 (社)	陶磁器製造業						珪砂 製造業	建築・土木・ 生コン製造業	螺子 製造業	和飲食器 卸売業	電設資材 卸売業	合計
	ノベルティ	洋飲食器	タイル	電磁器	ファインセラミックス	和飲食器						
	17	7	7	21	13	21	9	18	17	19	19	168

《名古屋地区》

企業数 (社)	製造業			卸売業			建設業	合計
	繊維製品	機械・部品	紙加工品	鋼材・伸銅品	建築材料	家具・文具		
	11	37	15	20	14	8	29	134

● 天気図の見方

好調 ←  → 低調

景気動向は、1971年(昭和46年)から調査を開始し、現在の調査方法は2006年(第112回 1～3月期)より開始しております。

■ 瀬戸・尾張旭地区 【業種別の業況天気図】

業種		2020年 9月	12月	2021年 3月	6月	9月	12月	2022年 3月	6月	9月	見通し 12月
陶磁器製造業	ノベルティ	▲62.5		▲47.1		▲41.2		▲35.3		11.8	
	洋飲食器	▲71.4		▲71.4		▲14.3		▲14.3		▲14.3	
	タイル	▲42.9		0.0		0.0		▲14.3		▲14.3	
	電磁器	▲45.5		▲4.5		▲19.0		▲14.3		▲4.8	
	ファインセラミックス	▲35.7		▲15.4		7.7		0.0		7.7	
	和飲食器	▲60.0		▲30.0		▲15.0		▲28.6		▲19.0	
陶磁器製造業合計		▲52.3	▲30.6	▲25.6	▲20.9	▲16.5	▲10.5	▲19.8	▲11.8	▲4.7	▲12.8
珪砂製造業		▲30.0		▲20.0		▲10.0		▲11.1		▲11.1	
建築・土木・生コン製造業		▲15.8		▲22.2		▲15.8		▲21.1		▲5.6	
螺子製造業		▲76.5		▲29.4		▲11.8		▲29.4		▲23.5	
和飲食器卸売業		▲65.2		▲54.5		▲61.9		▲47.6		▲26.3	
電設資材卸売業		▲44.4		▲22.2		▲26.3		▲26.3		▲31.6	

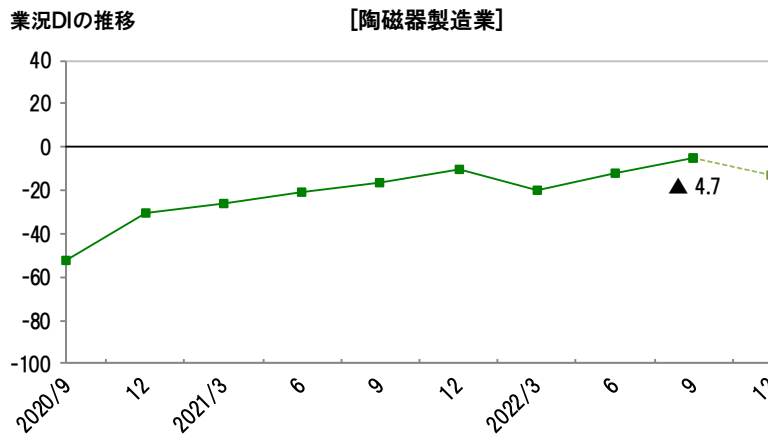
■ 名古屋地区 【業種別の業況天気図】

業種	2020年 9月	12月	2021年 3月	6月	9月	12月	2022年 3月	6月	9月	見通し 12月
繊維製品製造業	▲66.7		▲30.0		▲50.0		▲9.1		▲18.2	
機械部品製造業	▲59.5		▲21.6		▲13.5		13.5		16.2	
紙加工品製造業	▲66.7		▲46.7		▲20.0		▲20.0		▲33.3	
鋼材・伸銅品卸売業	▲80.0		▲15.8		0.0		5.0		15.0	
建築材料卸売業	▲50.0		▲42.9		▲50.0		▲21.4		0.0	
家具・文具卸売業	▲50.0		▲20.0		▲33.3		▲12.5		0.0	
建設業	▲34.5		▲31.0		▲37.9		▲17.2		▲13.8	

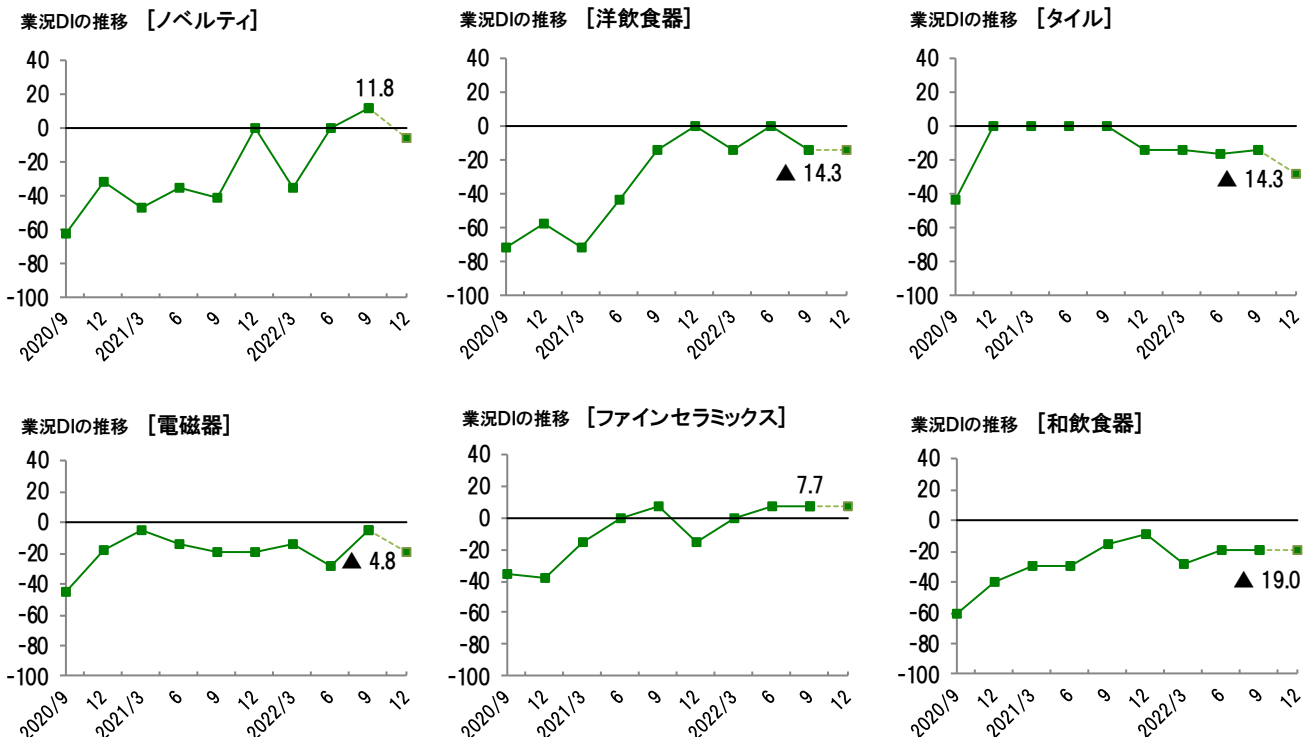
■ 瀬戸・尾張旭地区

< 陶磁器製造業 >







業種	2022年7-9月(今回)業況	2022年10-12月の見通し
陶磁器製造業全体	3業種において持ち直しの動きが見られたことから、全体の業況感はわずかに改善したものの、前回調査に続きマイナス圏で推移した。	悪化見通し
ノベルティ	改善傾向、前回調査に続きプラス圏で推移	悪化見通し
洋飲食器	悪化傾向、マイナス圏に落ち込む	同水準の見通し
タイル	改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	悪化見通し
電磁器	大幅に改善するも、前回調査に続きマイナス圏で推移	悪化見通し
ファインセラミックス	横ばい水準、前回調査に続きプラス圏で推移	同水準の見通し
和飲食器	横ばい水準ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	同水準の見通し



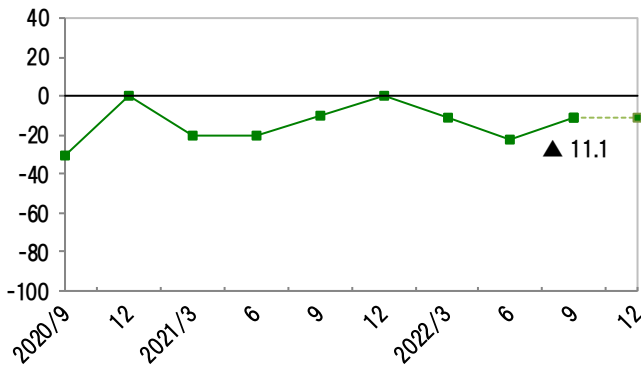
< 陶磁器製造業の業種別DI >



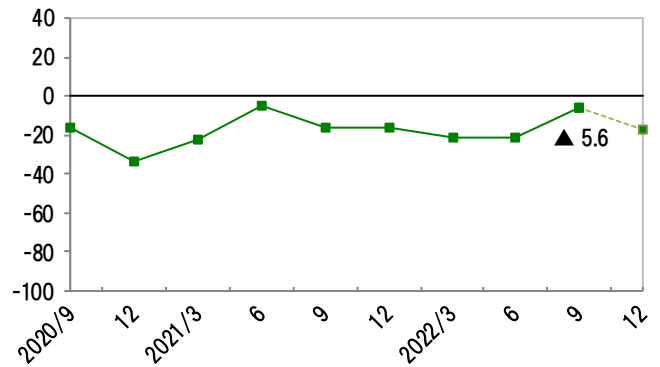
< その他製造業 >

業種	2022年7-9月（今回）業況	2022年10-12月の見通し
珪砂	 改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	 同水準の見通し
建築・土木・生コン	 改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	 悪化見通し
螺子	 大幅に改善するも、前回調査に続きマイナス圏で推移	 改善見通し

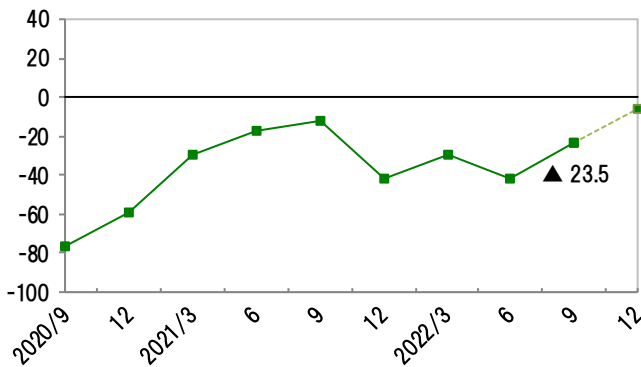
業況DIの推移 [珪砂製造業]







業況DIの推移 [建築・土木・生コン製造業]



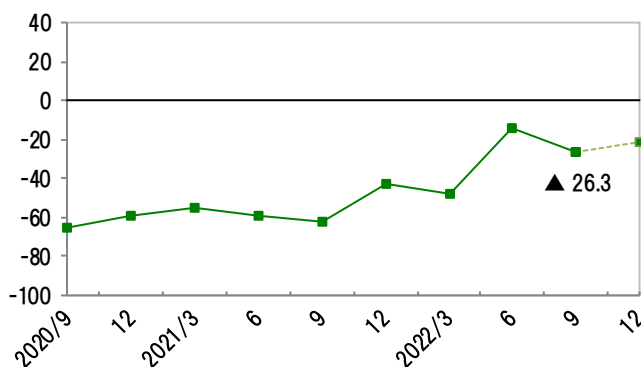
業況DIの推移 [螺子製造業]



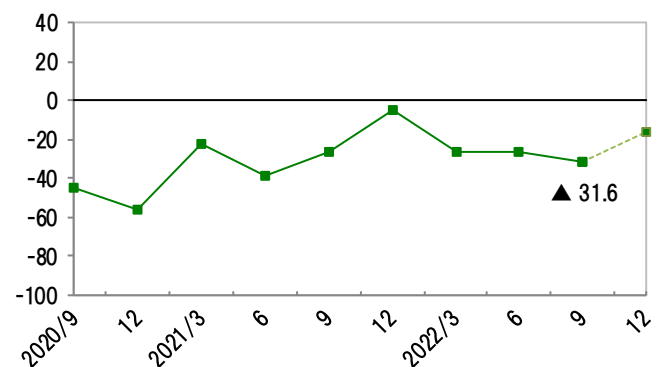
< その他卸売業 >

業種	2022年7-9月（今回）業況	2022年10-12月の見通し
和飲食器	 悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移	 改善見通し
電設資材	 悪化傾向、前回調査に続き低水準で推移	 改善見通し

業況DIの推移 [和飲食器卸売業]



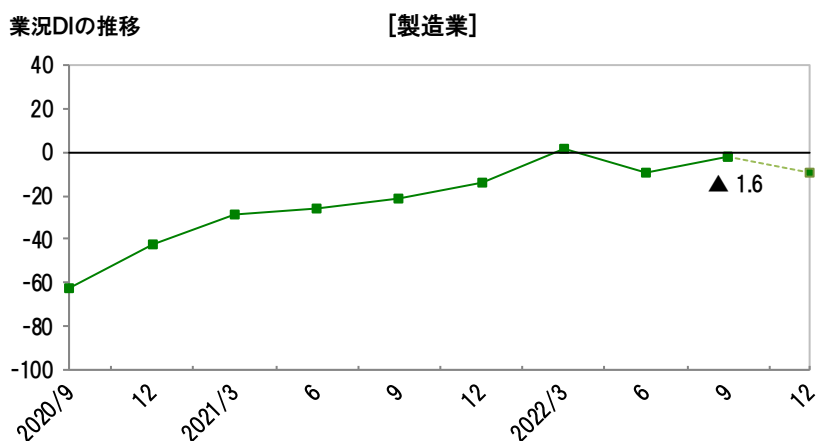
業況DIの推移 [電設資材卸売業]



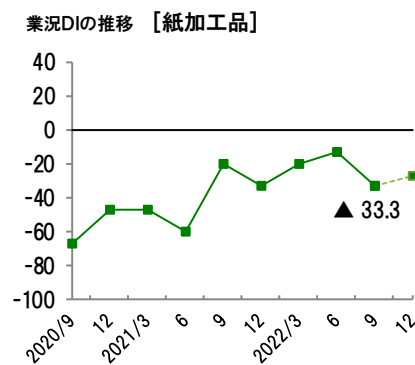
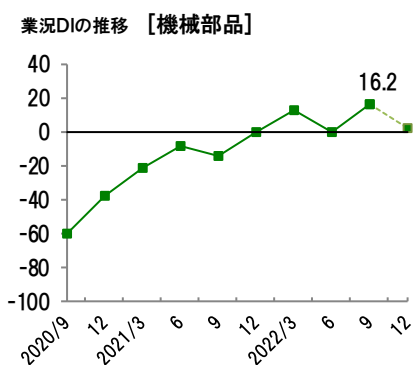
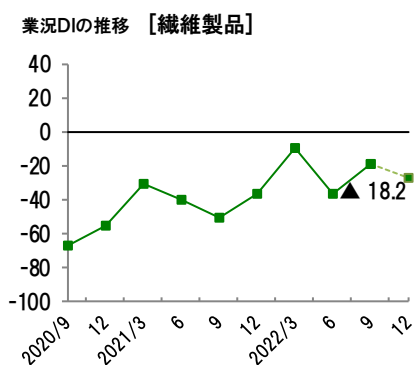
■ 名古屋地区

< 製造業 >

業種	2022年7-9月（今回）業況	2022年10-12月の見通し
製造業全体	☁️ 2業種において持ち直しの動きが見られたことから、全体の業況感は改善したものの、前回調査に続きマイナス圏で推移した。	☁️ 悪化見通し
繊維製品	☁️ 改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	☁️ 悪化見通し
機械部品	☀️ 回復基調、前回調査に続きプラス圏を維持	☁️ 後退見通し
紙加工品	☁️ 悪化傾向、前回調査に続きマイナス圏で推移	☁️ 改善見通し

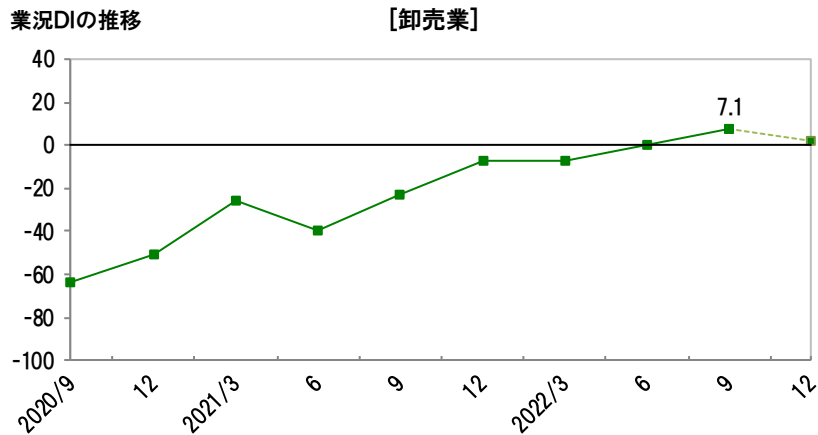


< 製造業の業種別DI >



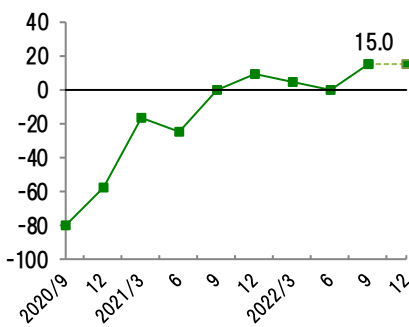
< 卸売業 >

業種	2022年7-9月（今回）業況	2022年10-12月の見通し
卸売業全体	☁️ 2業種において回復の兆しが見られたことから、全体の業況感は改善し、前回調査に続きプラス圏で推移した。	☁️ 後退見通し
鋼材・伸銅品	☀️ 回復基調、前回調査に続きプラス圏を維持	☀️ 同水準の見通し
建築材料	☁️ 悪化傾向ながら、前回調査に続きプラス圏を維持	☁️ 悪化見通し
家具・文具	☁️ 改善傾向、プラス圏に回復	☁️ 同水準の見通し

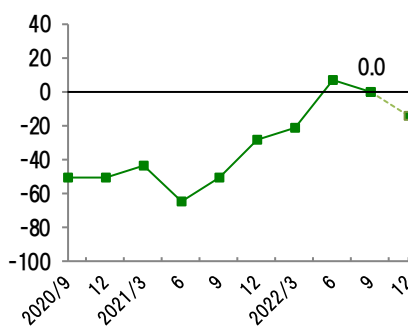


< 卸売業の業種別DI >

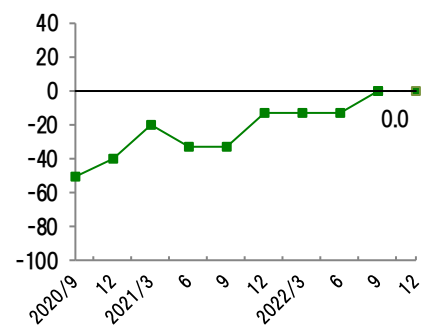
業況DIの推移 [鋼材・伸銅品]



業況DIの推移 [建築材料]

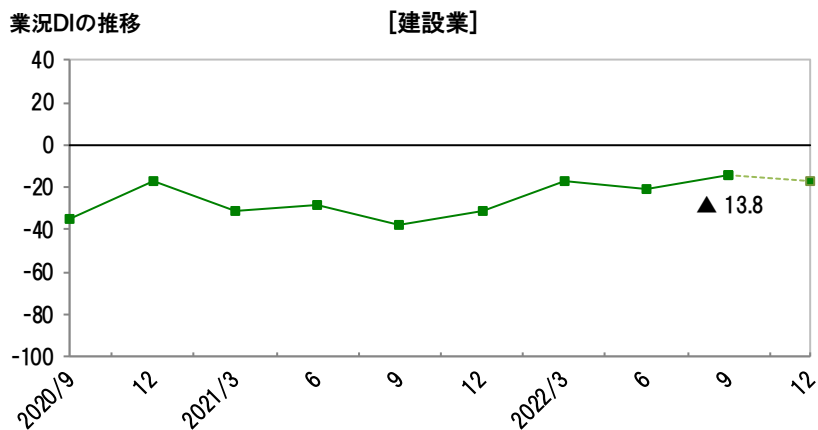


業況DIの推移 [家具・文具]



< 建設業 >

業種	2022年7-9月（今回）業況	2022年10-12月の見通し
建設業	☁️ 改善傾向ながら、前回調査に続きマイナス圏で推移	☁️ 悪化見通し



■ 瀬戸・尾張旭地区

<経営上の問題点>

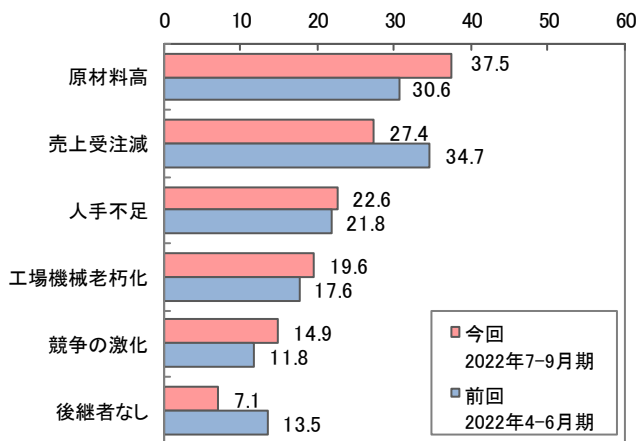
「原材料高」が37.5%と最も高く、「売上受注減(27.4%)」「人手不足(22.6%)」「工場機械老朽化(19.6%)」と続いた。前回調査と同様に「原材料高」の回答割合が増加(6.9ポイント)しており、原材料の高騰により仕入価格も上昇するなど収益への影響も見受けられた。

<設備投資の動き>

「実施あり」は3.0%(前回比▲1.7ポイント)と前回の実績を下回った。今後3か月間の見通しについて、「実施予定あり」は6.5%(今回比+3.5ポイント)の予想となった。

<経営上の問題点>

(単位: %)



※数字は有効回答数に占める割合で1企業が3項目まで回答

<設備投資の動き>

(単位: %)

	前回 2022年 4-6月期	今回 2022年 7-9月期	見通し 2022年 10-12月期
実施あり	4.7	3.0	6.5
土地	0.0	20.0	18.2
建物	25.0	20.0	18.2
機械の新設	50.0	40.0	18.2
機械の更改	12.5	40.0	27.3
その他	12.5	0.0	18.2
実施なし	95.3	97.0	93.5

※内訳の数字は「実施あり」に占める割合で1企業が複数回答あり

■ 名古屋地区

<経営上の問題点>

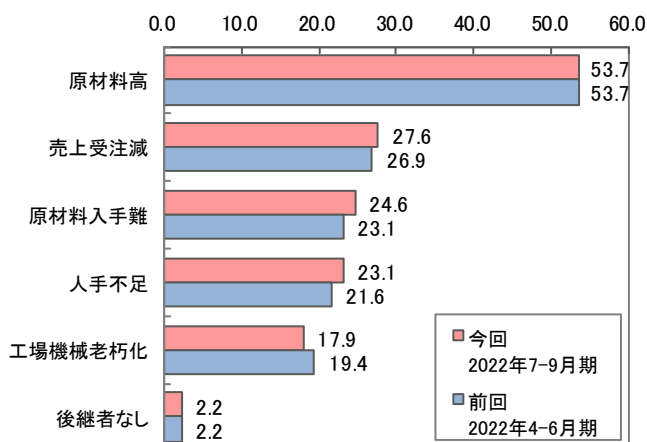
前回調査と同様に「原材料高」が53.7%と最も高く、「売上受注減(27.6%)」「原材料入手難(24.6%)」「人手不足(23.1%)」と続いた。瀬戸・尾張旭地区と比較すると「原材料入手難」との回答割合も高く、「原材料高」と合わせると瀬戸・尾張旭地区(「原材料高(37.5%)」「原材料入手難(7.1)」)を大きく上回る結果となった。

<設備投資の動き>

「実施あり」は3.7%(前回比▲2.3ポイント)と前回の実績を下回った。今後3か月間の見通しについて、「実施予定あり」は5.2%(今回比+1.5ポイント)の予想となった。

<経営上の問題点>

(単位: %)



※数字は有効回答数に占める割合で1企業が3項目まで回答

<設備投資の動き>

(単位: %)

	前回 2022年 4-6月期	今回 2022年 7-9月期	見通し 2022年 10-12月期
実施あり	6.0	3.7	5.2
土地	25.0	20.0	28.6
建物	12.5	20.0	71.4
機械の新設	37.5	40.0	14.3
機械の更改	25.0	0.0	28.6
その他	12.5	20.0	0.0
実施なし	94.0	96.3	94.8

※内訳の数字は「実施あり」に占める割合で1企業が複数回答あり

【特別調査】
 中小企業におけるSDGs(持続可能な開発目標)の取組状況について

コロナ禍のなか、世界中で、SDGs(持続可能な開発目標)に関連するさまざまな取組みが行われている。そこで今回は、中小企業におけるSDGs(持続可能な開発目標)の取組状況についてアンケートを行った。

<調査対象先> 当金庫取引先 302社

愛知県 713社 全国 13,575社(愛知県、全国は信金中央金庫の調査によるもの)

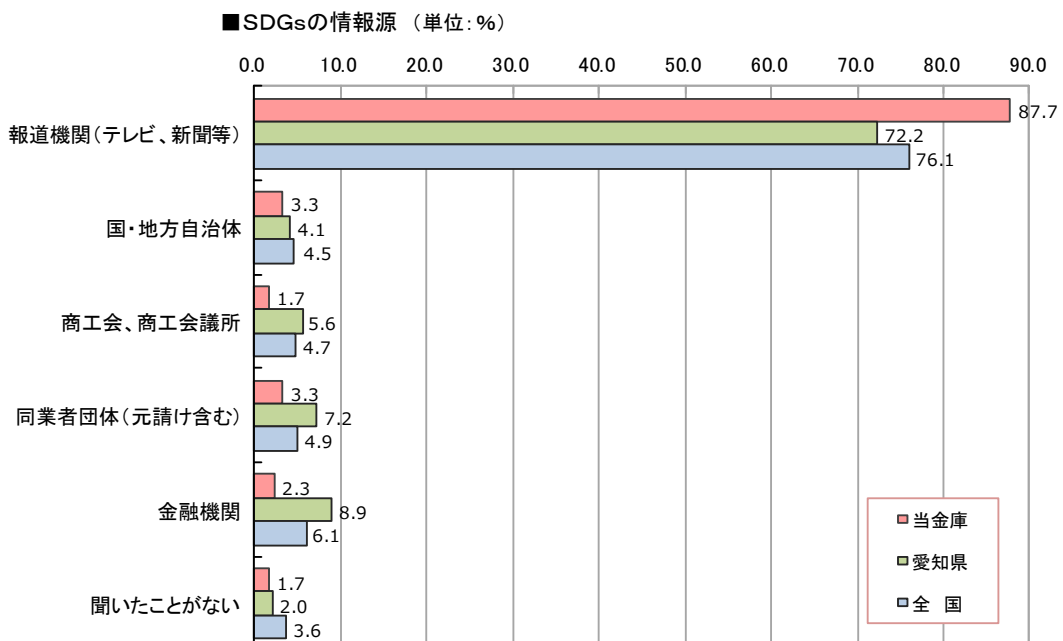
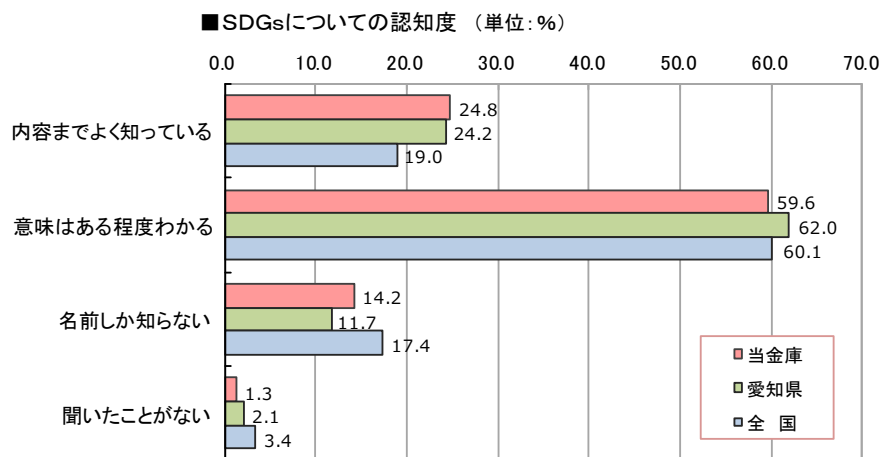
1. SDGsについての認知度と情報源

■当金庫全体

- ・SDGsへの認知度については、「内容までよく知っている」との回答割合が24.8%、「意味はある程度わかる」が59.6%となり、合計で約8割超の企業に認知が広がっていた。
- ・SDGsの情報源については、「報道機関(テレビ・新聞等)」が87.7%と高い回答割合となった。

■愛知県・全国

- ・SDGsへの認知度については、「内容までよく知っている」との回答割合が、愛知県24.2%、全国19.0%、「意味はある程度わかる」が愛知県62.0%、全国60.1%と当金庫全体と同様に上位を占めた。
- ・SDGsの情報源については、「報道機関(テレビ・新聞等)」が愛知県72.2%、全国76.1%と高い回答割合であったものの、当金庫全体を下回る水準であった。



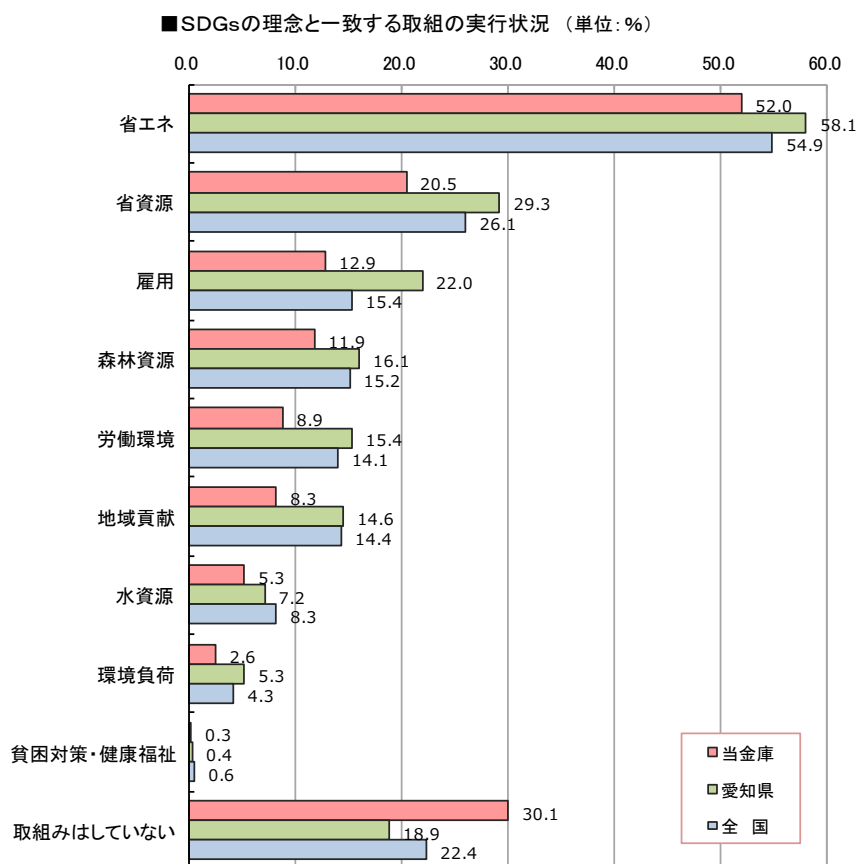
2. SDGsの理念と一致する取組みの実行状況(複数回答)

■当金庫全体

- ・SDGsの理念と一致する取組みの実行状況については、「省エネ」が52.0%と、最も高い回答割合であった。次に「省資源」との回答割合が20.5%と多くなっており、一般的に省エネ・省資源に関連する取組みを行う企業が多いことが窺えた。
- ・一方、「取組みはしていない」との回答割合は30.1%。

■愛知県・全国

- ・愛知県・全国でも、「省エネ」との回答割合が、愛知県58.1%、全国54.9%と最も高く、次に「省資源」との回答割合が、愛知県29.3%、全国26.1%と、いずれも当金庫全体を上回る結果となった。
- ・また、「雇用(愛知県22.0%、全国15.4%)」「森林資源(愛知県16.1%、全国15.2%)」「労働環境(愛知県15.4%、全国14.1%)」「地域貢献(愛知県14.6%、全国14.4%)」等への取組み割合も、当金庫全体と比較すると高い回答割合であった。
- ・一方、「取組みはしていない」との回答割合は、愛知県18.9%、全国22.4%。



■SDGsの取組み	■取組内容
(省エネ)	省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用
(省資源)	再生資源や未利用資源の利用、廃棄物削減、製品の長寿化や修理
(水資源)	水使用量削減、排水管理
(森林資源)	ペーパーレス化、緑化、植林
(環境負荷)	グリーン調達、カーボンオフセット、有害物資の削減
(雇用)	女性や高齢者、障がい者、外国人等の多様な人材の雇用
(労働環境)	研修の充実、働き方改革の実施
(貧困対策・健康福祉)	フェアトレード、途上国支援
(地域貢献)	防犯、防災、寄付、まちづくり

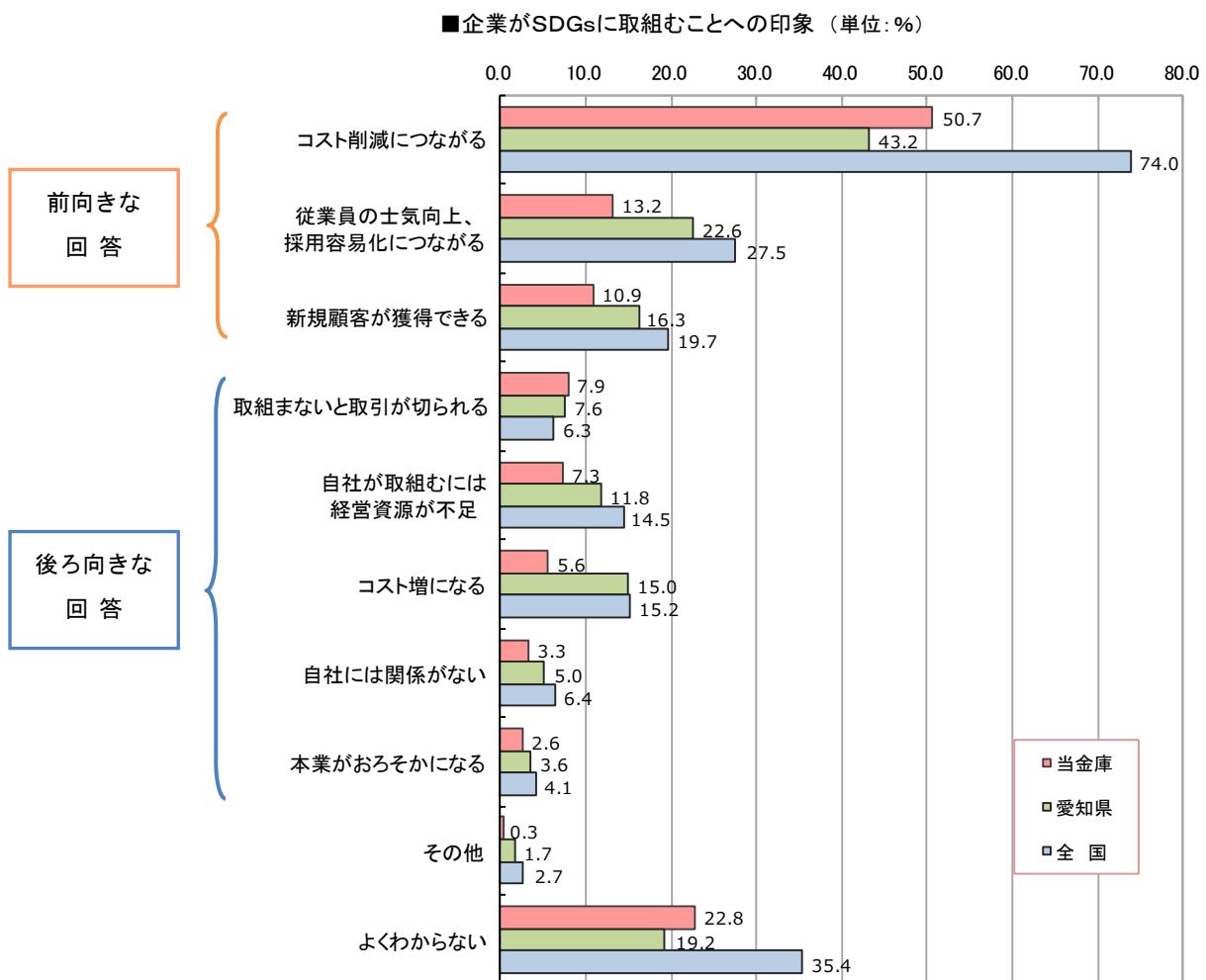
3. 企業がSDGsに取り組むことへの印象(複数回答)

■当金庫全体

- ・企業がSDGsに取り組むことへの印象については、「コスト削減につながる」との回答割合が 50.7%と最も高く、「従業員の士気向上、採用容易化につながる(13.2%)」「新規顧客が獲得できる(10.9%)」と続き、前向きな回答項目が上位を占めた。
- ・一方、「取組まないと取引が切られる(7.9%)」「自社が取組むには経営資源が不足(7.3%)」「コスト増になる(5.6%)」など、後ろ向きな回答も、割合は少なかったものの一部でみられる結果であった。

■愛知県・全国

- ・「コスト削減につながる」との回答割合が最も高く、「従業員の士気向上、採用容易化につながる」「新規顧客が獲得できる」との回答が続き、当金庫全体同様、前向きな回答項目が上位を占めた。なお、これら3項目の回答割合は、「コスト削減につながる(愛知県)」を除き、当金庫全体を上回る水準であった。
- ・当金庫全体同様、後ろ向きな回答もみられ、「自社が取組むには経営資源が不足(愛知県 11.8%、全国 14.5%)」や「コスト増になる(愛知県 15.0%、全国 15.2%)」との回答割合は、当金庫全体を大きく上回る水準であった。



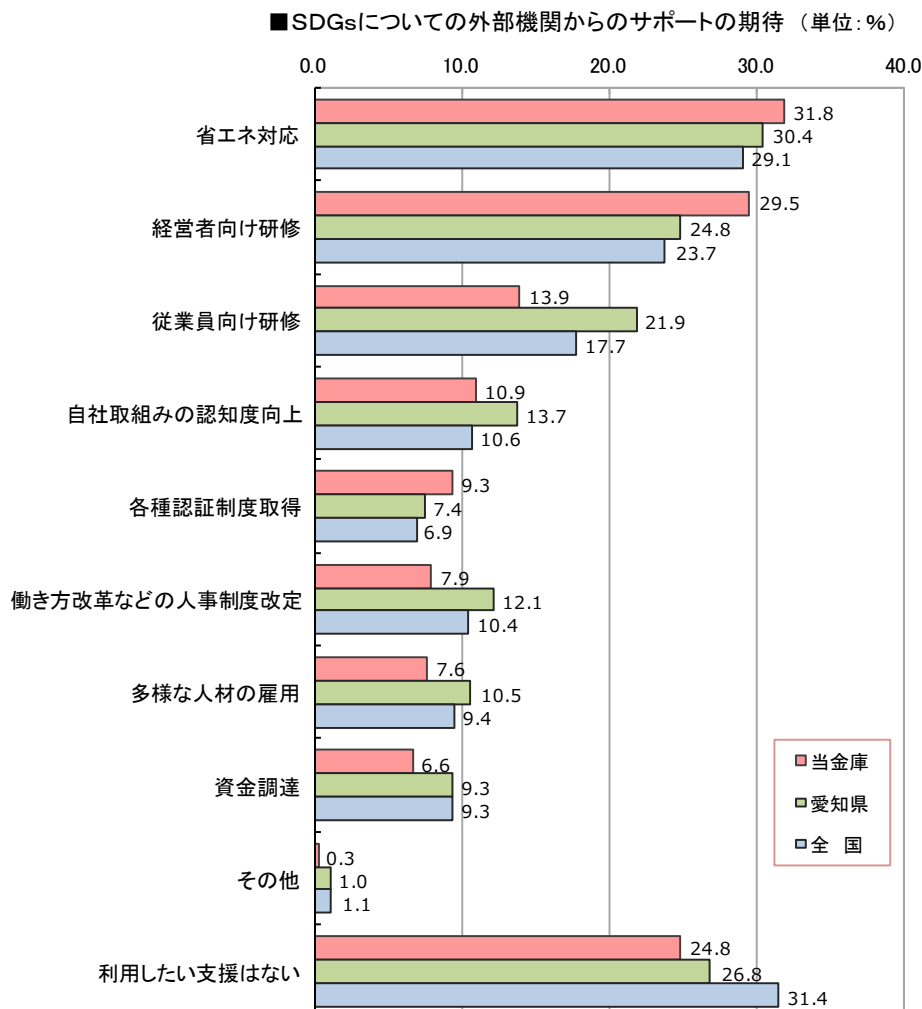
4. SDGsについての外部機関(公的、民間問わず)からのサポートの期待(複数回答)

■当金庫全体

- ・SDGsについての外部機関(公的、民間問わず)からのサポートの期待について、「省エネ対応」との回答割合が31.8%と最も高かった。次に、「経営者向け研修」が29.5%、「従業員向け研修」が13.9%、「自社取組みの認知度向上」が10.9%、「各種認証制度取得」が9.3%と続き、幅広い分野のサポート支援を期待していることが窺えた。
- ・一方、「利用したい支援はない」との回答割合は24.8%となった。

■愛知県・全国

- ・SDGsについての外部機関(公的、民間問わず)からのサポートの期待について、「省エネ対応」との回答割合が愛知県30.4%、全国29.1%と、当金庫全体と回答割合に差は見られたものの、最も高い回答割合であった。次に、「経営者向け研修(愛知県24.8%、全国23.7%)」、「従業員向け研修(愛知県21.9%、全国17.7%)」、「自社取組みの認知度向上(愛知県13.7%、全国10.6%)」と続き、当金庫全体と同様の順位であった。
- ・また、「働き方改革などの人事制度改定(愛知県12.1%、全国10.4%)」「多様な人材の雇用(愛知県10.5%、全国9.4%)」「資金調達(愛知県9.3%、全国9.3%)」では、当金庫全体と比較すると高い回答割合となった。
- ・一方、「利用したい支援はない」との回答割合は、愛知県26.8%、全国31.4%となった。



中小企業における脱炭素社会(カーボンニュートラル)への取組み

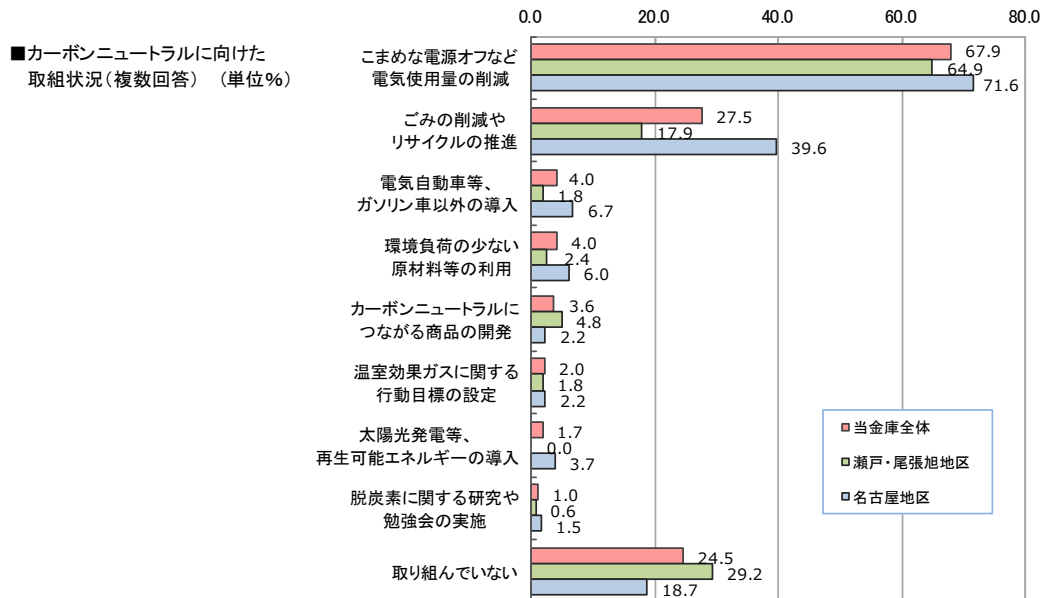
政府は、「2050年までの温室効果ガス排出量を実質ゼロにする脱炭素社会(カーボンニュートラル)」にするとの目標を掲げ、脱炭素社会に向けた取組みにより、持続可能で強靱な経済社会の実現に向けた動きが活発化している。

そこで今回は、中小企業における脱炭素社会(カーボンニュートラル)への取組みについてアンケートを行った。

<調査対象先> 当金庫取引先 302社 (うち、瀬戸・尾張旭地区 168社 名古屋地区 134社)

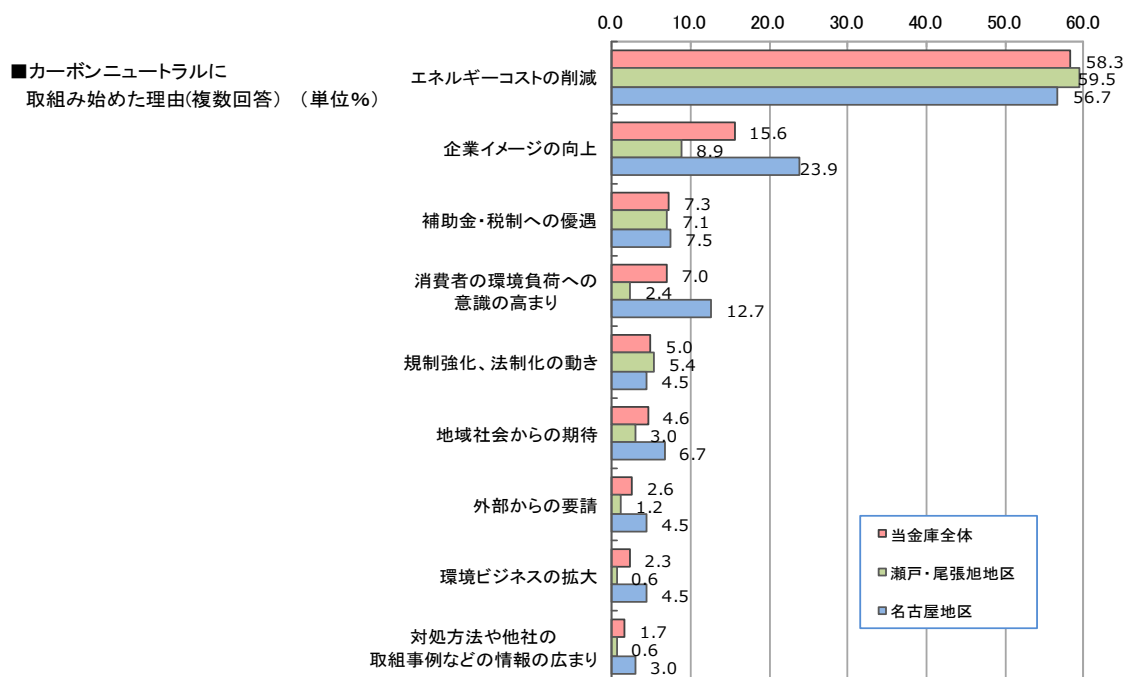
1. カーボンニュートラルについて、貴社で取組んでいる施策は何ですか

- ・「省エネ・省資源」への回答割合が高かった。
- ・回答割合は少なかったものの、「電気自動車等、ガソリン車以外の導入」「環境負荷の少ない原材料等の利用」「カーボンニュートラルにつながる商品の開発」等に取組んでいる取引先もみられた。



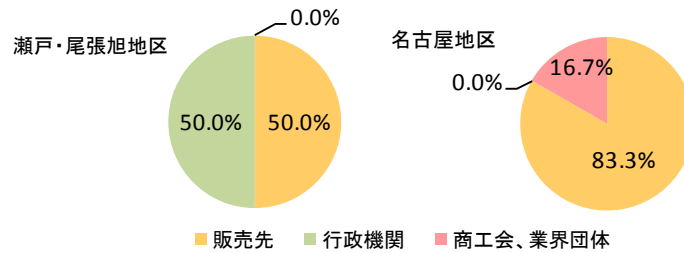
2. カーボンニュートラルに、取組み始めた理由は何ですか。

- ・「エネルギーコストの削減」の回答割合が最も高かった。
- ・名古屋地区においては、「企業イメージの向上(23.9%)」や「消費者の環境負荷への意識の高まり(12.7%)」の回答割合も高く、プロモーション面も取組動機の1つになっていることが窺える結果であった。



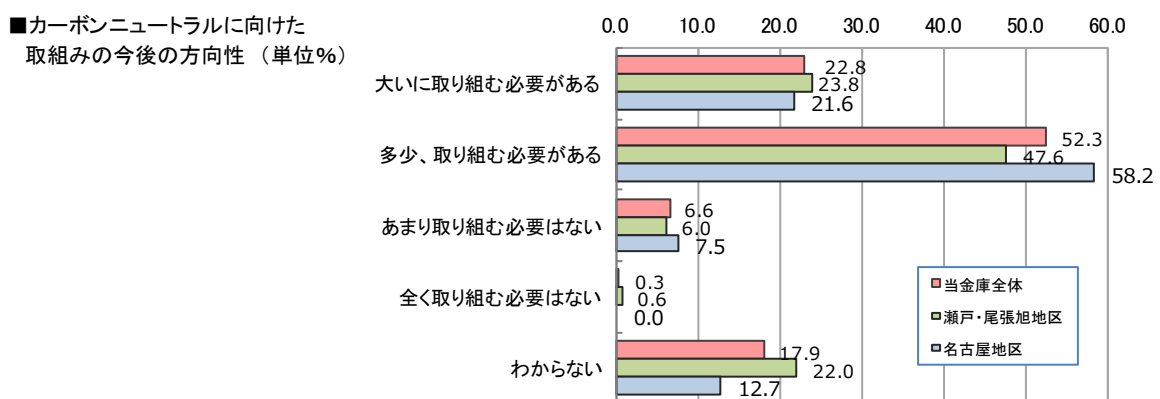
3. 2で、「外部からの要請」と回答した企業の具体的な要請先はどこですか。

・外部からの要請については、販売先からが多く、瀬戸・尾張旭地区では 50.0%、名古屋地区では 83.3%を占める水準であった。



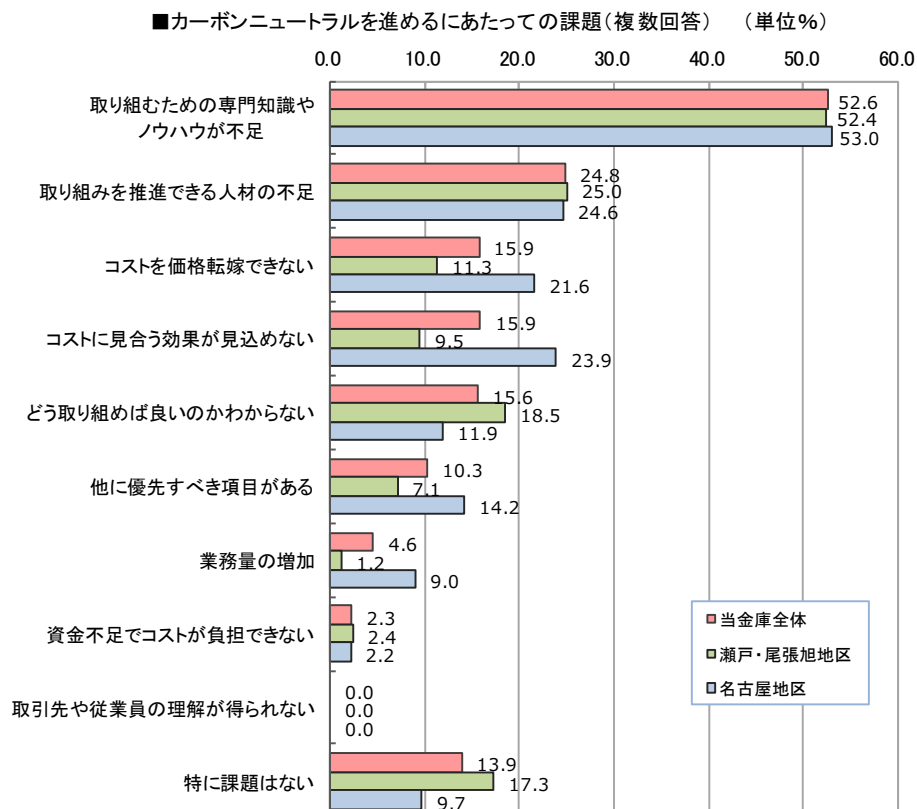
4. カーボンニュートラルに向けた取組みについて、今後の方向性をどのように考えていますか。

・7割を超える取引先が「取組む必要がある(「大いに取組む必要がある」、「多少、取組む必要がある」)と回答しており、多くの取引先が取組みの必要性を認識している結果となった。



5. 今後、カーボンニュートラルを進めるにあたっての課題は何ですか。

・「専門知識・ノウハウ、人材、コスト」面を課題に挙げる取引先が多い結果となった。



中小企業におけるDX推進(デジタル化)の取組み

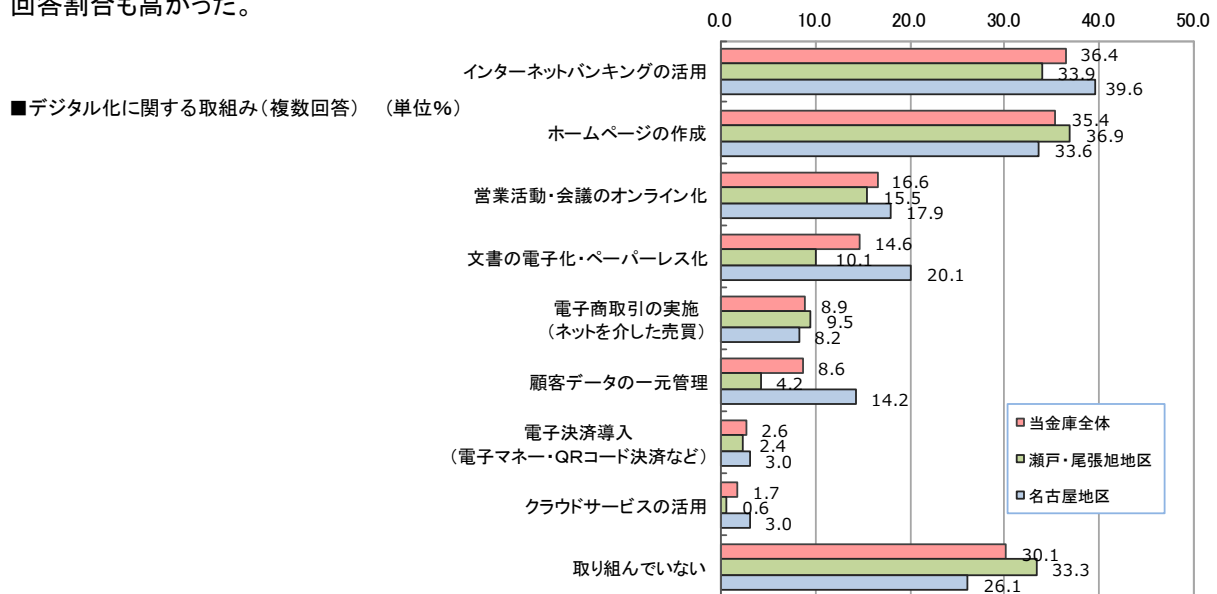
働き方に大きな変化が訪れ、デジタル技術を活用した組織の抜本的な変革を図る「DX(デジタルトランスフォーメーション)」の推進は、企業競争力を維持するため、今後ますます重要性が増すものと推測される。

そこで今回は、中小企業におけるDXの取組み状況などについても、アンケートを行った。

<調査対象先> 当金庫取引先 302社 (うち、瀬戸・尾張旭地区 168社 名古屋地区 134社)

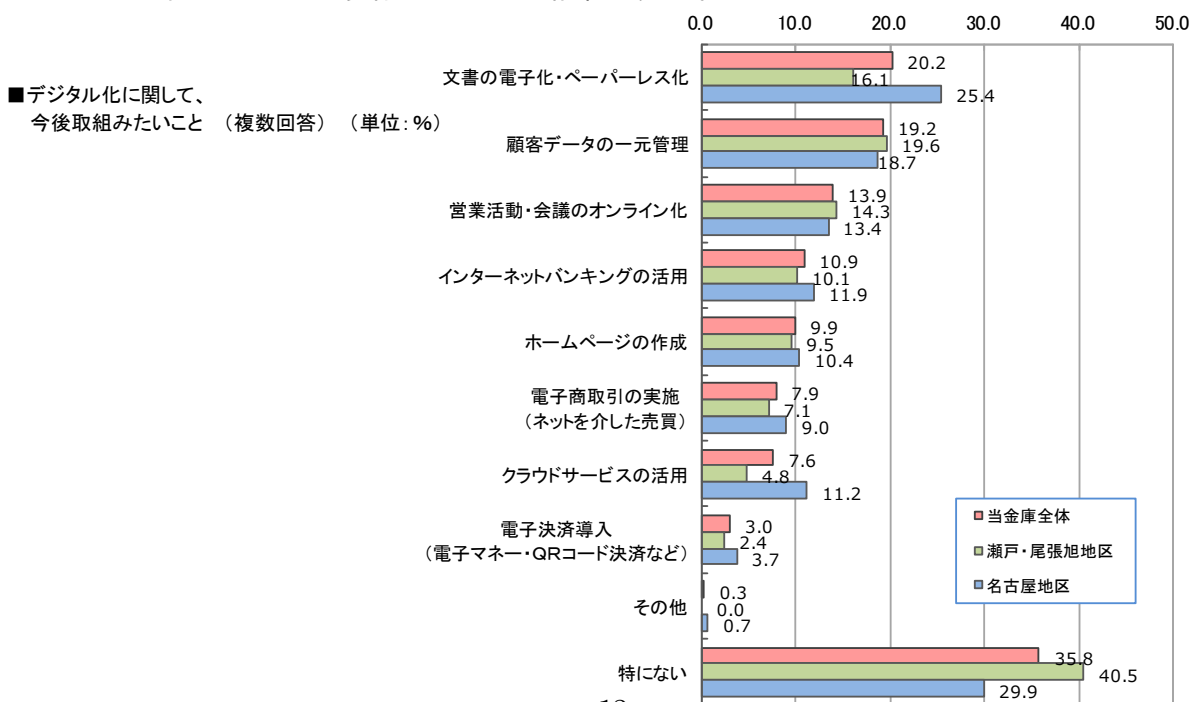
1. デジタル化に関して、どのようなことに取組んでいますか。

- ・「インターネットバンキングの活用」「ホームページの作成」との回答割合が高く、瀬戸・尾張旭地区、名古屋地区ともに3割を超える水準であった。
- ・名古屋地区では、瀬戸・尾張旭地区と比較すると、「文書の電子化・ペーパーレス化」「顧客データの一元管理」の回答割合も高かった。



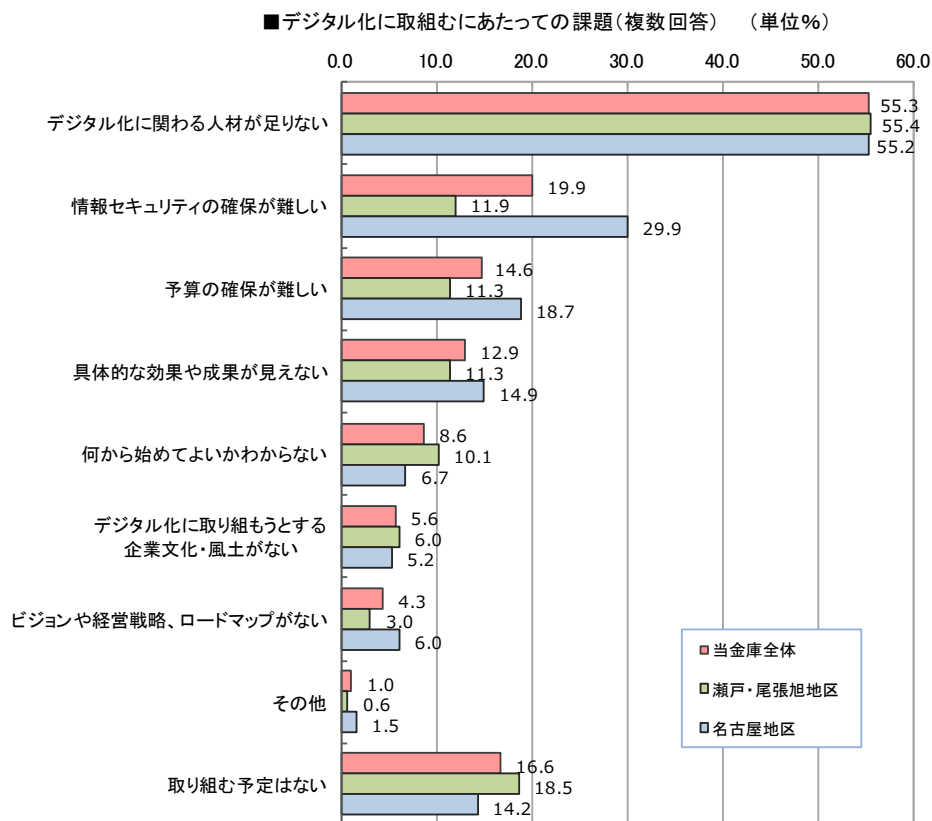
2. デジタル化に関して、今後取組みたいと考えていることはありますか。

- ・回答割合の上位は、「文書の電子化・ペーパーレス化」「顧客データの一元管理」「営業活動・会議のオンライン化」であった。なお、回答割合は分散しており、また「特になし」との回答割合も3割程度あることから、今後のデジタル化への取組みについては多様化がみられる結果であった。



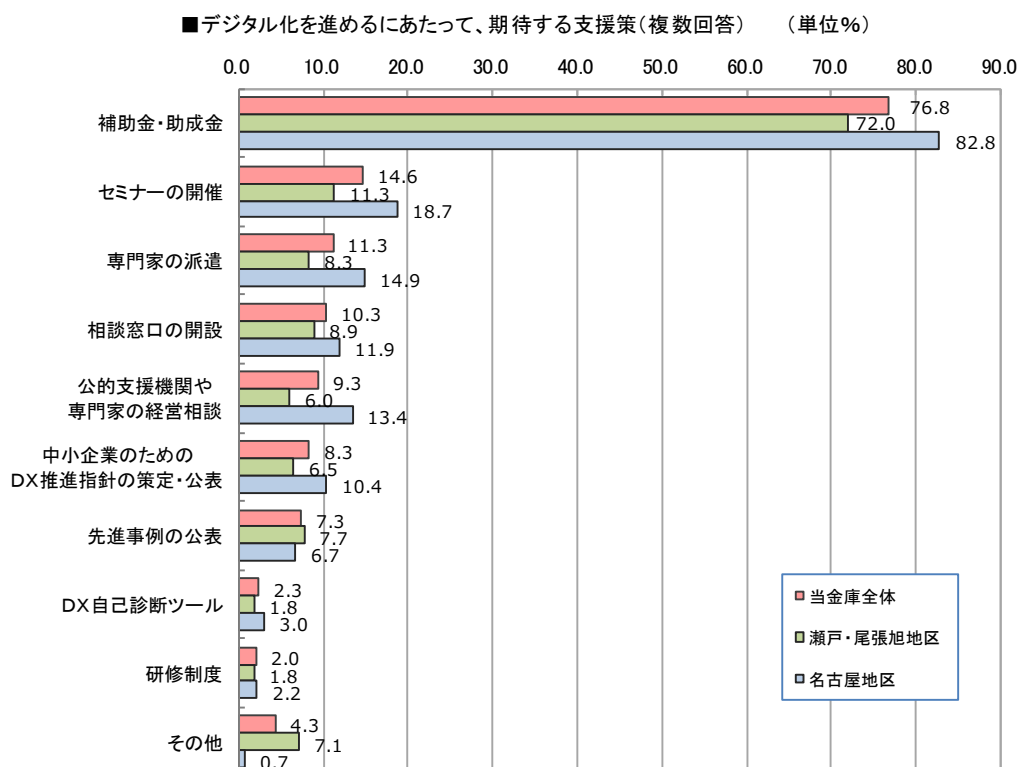
3. 今後、デジタル化に取り組むにあたっての課題は何ですか。

- ・「デジタル化に関わる人材が足りない(瀬戸・尾張旭地区 55.4%、名古屋地区 55.2%)」との回答割合が最も高く、人材面が大きな課題となっていることが窺える結果であった。
- ・名古屋地区では、「セキュリティの確保(29.9%)」「予算の確保(18.7%)」も高い回答割合であった。



4. デジタル化を進めるにあたって、期待する支援策は何ですか。

- ・「補助金・助成金」との回答割合が最も高く、瀬戸・尾張旭地区では7割超、名古屋地区では8割を超える回答割合であった。



調査対象業種 《瀬戸・尾張旭地区》

陶磁器製造業						珪砂 製造業	建築・土木・生 コン製造業	螺子 製造業	和飲食器 卸売業	電設資材 卸売業
ノベルティ	洋飲食器	タイル	電磁器	ファインセラミックス	和飲食器					

調査対象業種 《名古屋地区》

製 造 業			卸 売 業			建設業
繊維製品	機械・部品	紙加工品	鋼材・伸銅品	建築材料	家具・文具	

企業景気動向調査 No.178

愛知県瀬戸市東横山町 119 番地の 1

<https://www.setoshin.co.jp>



総合企画部 企画広報グループ

TEL0561-86-0100