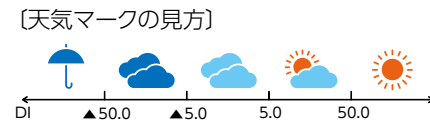


業種別天気図 (数値は業況判断DI)



業種	4~6月期 (前回)	7~9月期 (今回)	10~12月期 (見通し)	業種	4~6月期 (前回)	7~9月期 (今回)	10~12月期 (見通し)
全産業	▲34.0	▲31.2	▲21.8	印刷	▲75.0	▲55.6	▲44.5
製造業	▲41.6	▲43.6	▲21.2	食料品	▲21.7	▲23.8	▲19.0
非製造業	▲28.5	▲22.2	▲22.2	卸売業	▲25.3	▲28.9	▲27.5
自動車部品	▲72.8	▲72.0	▲19.6	小売業	▲44.5	▲38.7	▲41.0
機械器具部品	▲27.5	▲21.1	▲13.8	飲食業	▲73.1	▲52.2	▲56.6
金属製品	▲24.2	▲40.0	▲36.7	建設業	▲21.9	▲6.0	▲5.5
窯業・土石	▲42.9	▲58.8	▲41.2	不動産業	▲3.3	▲3.0	▲9.4
木材・木製品	▲71.4	▲62.5	▲50.0	運輸業	▲39.4	▲37.5	▲25.8
繊維製品	▲21.8	▲50.0	▲31.9	サービス業	▲26.2	▲25.0	▲24.4

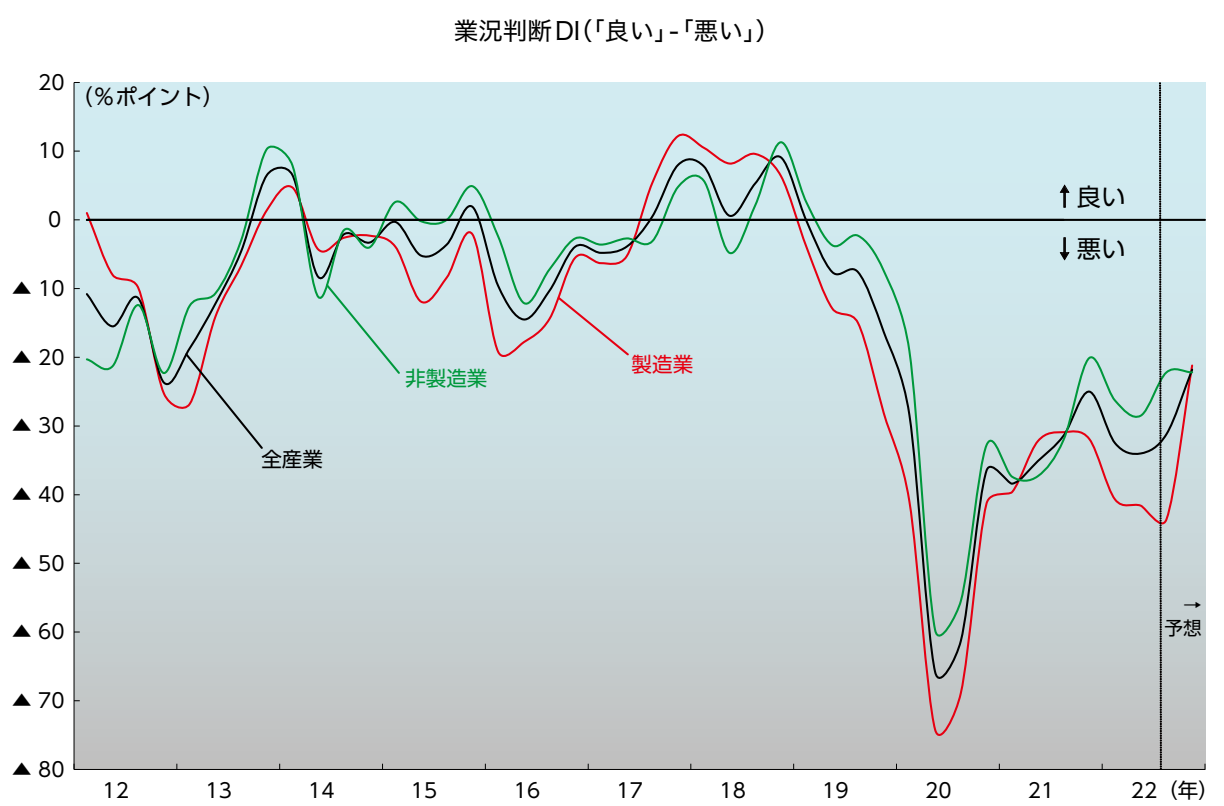
景況感2期ぶりに小幅改善 非製造業は飲食業を中心に改善 中小企業景気動向調査(7~9月期)

当金庫が行った2022年7月~9月期の中小企業景気動向調査の結果がまとまった。
調査期間は8月19日から9月5日。調査対象はお取引先企業1003社。回答数906社。(回答率90・3%)

業況

企業の景況感を表す業況判断DI(業況を「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を差し引いた値)は、全産業で2・8ポイント改善し、マインナ31・2。2四半期ぶりに改善した。
製造業は前回調査に比べ2・0ポイント悪化し、マインナ43・6。4四半期連続の悪化。非製造業は6・3ポイント改善し、マインナ22・2。飲食業や建設業の改善幅が大きく、2四半期ぶりの改善となった。

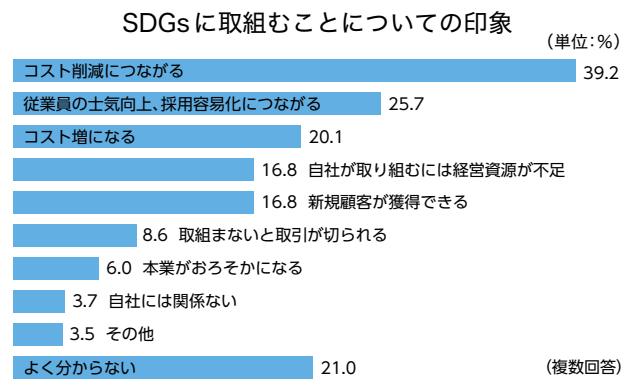
自動車部品はマインナ72・0となり、0・8ポイント改善したが依然厳しい状況。慢性的な半導体不足に加え、原材料及び光熱費の高騰が企業の収益を圧迫しており、完成車メーカーの減産も響いた。
機械器具部品は6・4ポイント改善し、マインナ21・1。2期連続の改善。しかし、「原材料高を販売価格に十分転嫁できていない」との声が聞かれた。
繊維製品はマインナ50・0となり、2四半期ぶりの悪化。悪化幅は全業種のうち最大のマインナ28・2ポイント。原材料などの高騰による影響が大きい。
金属製品、窯業・土石、食料品は悪化。木材・木製品、出版・印刷は改善した。



小売業はマインナ38・7。5・8ポイント改善となった。重点施策として「宣伝・広告を強化する」を掲げるところが増えている。
飲食業は20・9ポイント改善し、マインナ52・2。改善幅は全業種のうち最大。「フードデリバリーサービスの利用が増え、売上が増加した」との声が聞かれた。
建設業はマインナ6・0。15・9ポイント改善。大雨による災害対応の工事が増えた事業者や、官公庁案件の受注が増えた事業者などがあつた。人手不足に頭を悩ます企業が多い。
不動産業は3・0。全業種の中で唯一プラスを維持。プラスは

見通し

2四半期連続。資源高により住宅の建築価格が上昇しており、「売上の停滞・減少」を課題とした企業が増加している。
運輸業は1・9ポイント改善し、マインナ37・5。依然として燃料価格の上昇が収益を圧迫している。重点施策として「販路を広げる」と回答した事業者が大幅に増加した。
サービス業はマインナ25・0となり、1・2ポイントの改善。ただ、法人向けは改善したものの、個人向けは悪化した。
業況判断見通しDIは、全産業でマインナ21・8。9・4ポイント改善する。製造業はマインナ21・2、非製造業はマインナ22・2となる見通し。
製造業では大幅な改善見通しであるが、長引くウクライナ問題や資源価格の高騰、日米金利差による大幅な円安の進行など、懸念材料も多い。

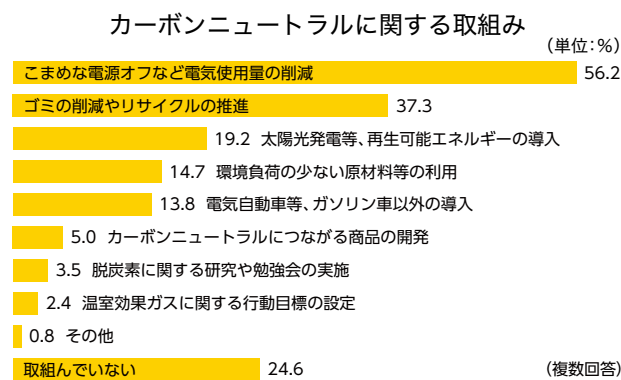


SDGsの印象
コスト削減が4割

SDGsに対してどのような印象を企業は抱いているのか。複数回答にて伺った。

全体の39・2%の企業は「コスト削減につながる」と回答。2番目に多かった回答は「従業員の士気向上、採用容易化につながる」の25・7%であった。

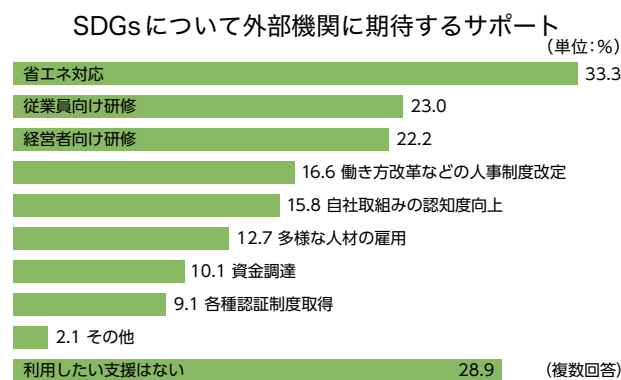
一方、「コスト増になる」と回答した企業も20・1%あった。



カーボンニュートラルに関する取組み
節電が過半数を超える

各企業がカーボンニュートラルに関してどのような取組みを行っているのか。

最も多かったのは、56・2%で「こまめな電源オフなど電気使用量の削減」。直近では、光熱費の高騰が企業のコスト増にもなっており、多くの企業が節電の意識を持って取り組んでいる様子



期待するサポート
省エネ対応や研修が上位

SDGsについて外部機関からどのようなサポートを期待する

次に見られる。次に多かったのは、37・3%で「ゴミの削減やリサイクルの推進」。新たな設備投資を必要とせず取り組むことが出来るため、4割弱の企業が実施している結果となった。

「お取引先の声」

・カーボンニュートラルへの取組が進展したことで、インフラ整備などの大型案件が出始めた。(卸売業)

・カーボンニュートラルや脱炭素と言われているが、現実的には省資源や節電の域を出ていない。(製造業)

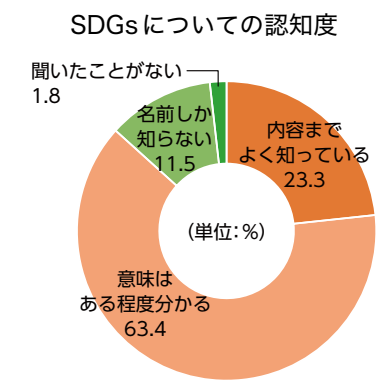
・投資家に限らず全てのステークホルダーからの支援を受けるにはSDGsへの取り組みが必然だと考える。(卸売業)

・環境対策の製品について、日本人は認知度が低く価値を認識していないため、一時的なものになりそう。(製造業)



特別調査 中小企業におけるSDGsへの取組状況

世界的にSDGsの気運が高まっている。中小企業の経営者はSDGsについてどのように考えているのか、アンケートを行った。調査期間は8月19日から9月5日。調査対象はお取引先企業1003社。回答社数906社。(回答率90.3%)



認知度と情報源
9割弱が認知

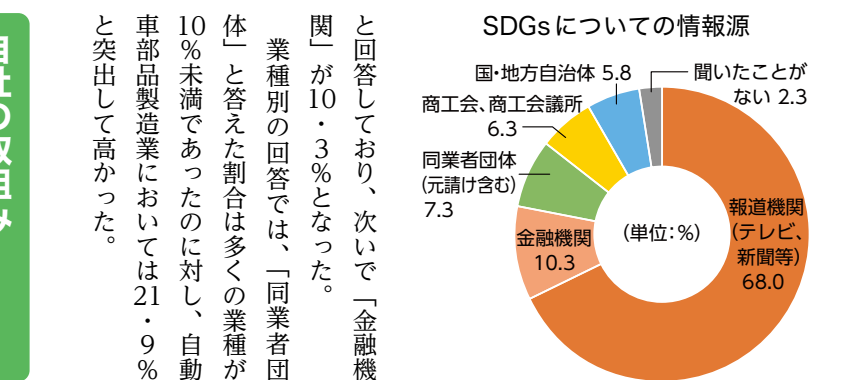
SDGsについて企業がどの程度認知し、どこから情報を得ているのか。

「内容までよく知っている」と回答した企業は23・3%、「意味はある程度分かる」とした企業は63・4%となり、9割弱の企業がSDGsについて認知している結果となった。一方、「名前しか知らない」とした企業も11・5%あった。

また、SDGsについてどこから情報を得ているかとの問いに対しては、68・0%の企業がテレビや新聞等といった「報道機関」

自社の取組み
省エネ等の対応が過半

SDGsに関する各企業の取組みについて複数回答にて伺ったところ、「省エネ、節電、再生可能エネルギーの使用」が58・6%と過半数を超え、「再生資源等の活用、廃棄物削減」が31・0%、「多様な人材雇用」が24・9%と続いた。



他方、「グリーン調達、カーボンオフセット、有害物質の削減」(0・7%)や「フェアトレード、途上国支援」(0・5%)に取り組んでいる企業は僅少との結果となった。

不動産業においては、「防犯や防災等」と回答した割合が37・5%となり、他業種に比べ割合が高かった。

また、「取組みはしていない」と回答した企業は19・8%であった。

