

# 香川県内企業経営動向調査による景況感の現状および見通しについて (2023年6月実施) ～2期ぶりプラス～

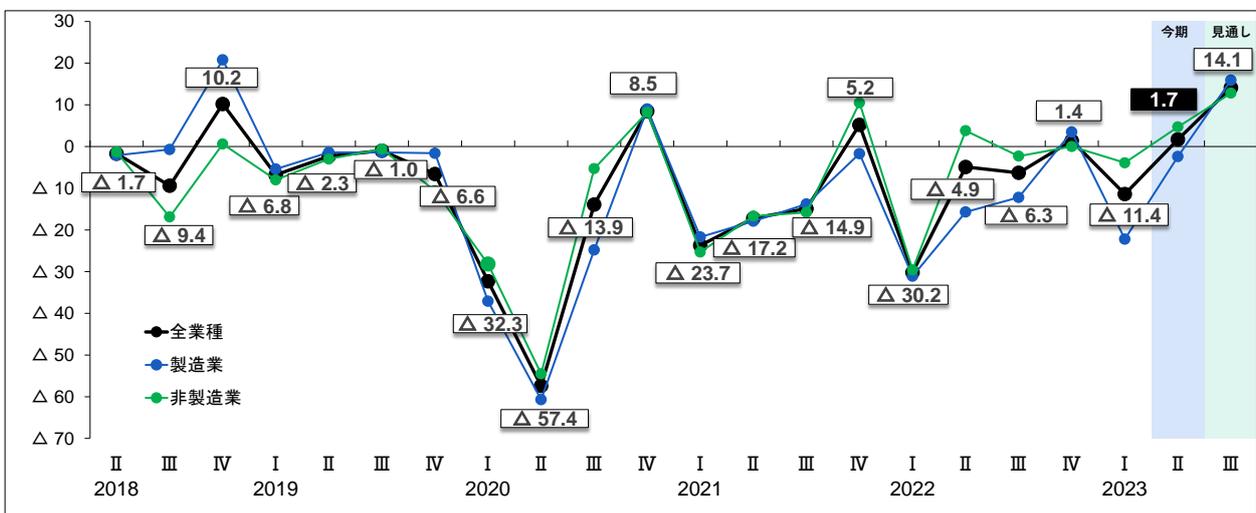
## 1. 全体の概況

今期（2023年第2四半期）の県内企業の業況判断BSI（全業種）は1.7と、前期の△11.4から13.1ポイント上昇し、2期ぶりにプラスとなった。

業種別では、製造業は△2.4と、前期の△22.2から19.8ポイント上昇、非製造業は4.7と、前期の△3.9から8.6ポイント上昇した。

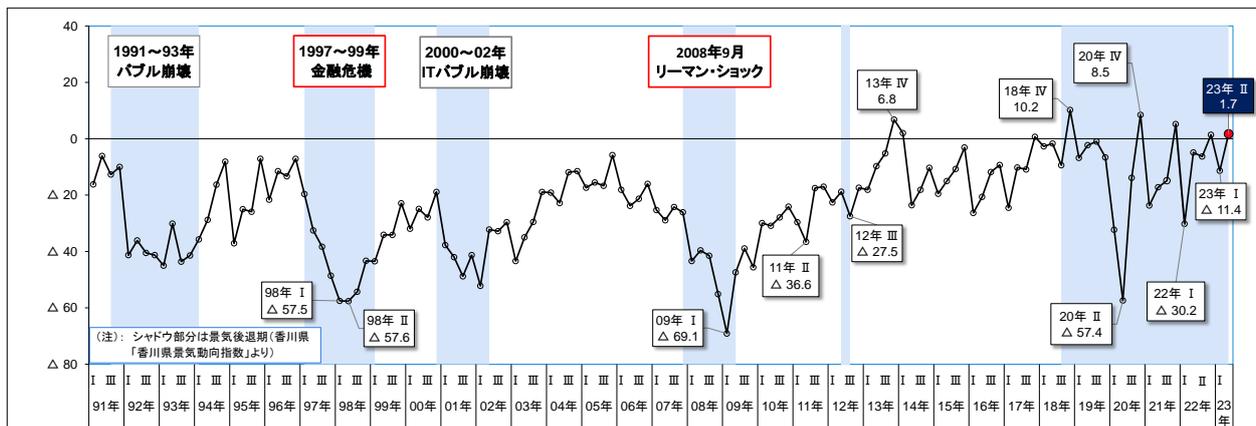
来期BSI（全業種）は14.1と、今期の1.7から12.4ポイント上昇する見通し。業種別では、製造業が15.9と今期の△2.4から18.3ポイント上昇、非製造業は12.8と今期の4.7から8.1ポイント上昇する見通し。

### 業況判断BSI（全業種・製造業・非製造業）



業種	実績							今期	見通し	差異	
	2021 III	2021 IV	2022 I	2022 II	2022 III	2022 IV	2023 I <sup>(1)</sup>	2023 II <sup>(2)</sup>	2023 III <sup>(3)</sup>	前期比 (2)-①	今期比 (3)-②
全業種	△14.9	5.2	△30.2	△4.9	△6.3	1.4	△11.4	1.7	14.1	13.1	12.4
製造業	△13.8	△1.7	△31.1	△15.7	△12.2	3.5	△22.2	△2.4	15.9	19.8	18.3
非製造業	△15.8	10.5	△29.6	3.8	△2.3	0.0	△3.9	4.7	12.8	8.6	8.1

### 業況判断BSI長期推移



## 2. 業況判断 BSI

### (1) 今期（2023 年第 2 四半期）実績

今期 BSI は 1.7 と前期の△11.4 から 13.1 ポイント上昇、2 期ぶりにプラスとなった。

業種別でみると、製造業は△2.4 と、前期の△22.2 から 19.8 ポイント上昇。その内訳をみると、基礎素材型が 5.3 と前期比 30.3 ポイント上昇、生活関連型が△2.1 と前期比 35.4 ポイントの大幅上昇となった。一方、加工組立型は△9.8 と前期比 9.8 ポイント低下した。

非製造業は 4.7 と、前期の△3.9 から 8.6 ポイント上昇。その内訳をみると、卸売・小売業は 3.8 と前期比 12.0 ポイント上昇、運輸業は 23.5 と前期比 13.0 ポイント上昇し、サービス業等は 7.0 と前期比 13.8 ポイント上昇した。一方、建設業は△9.7 と前期比 13.4 ポイント低下した。

5 月 8 日に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが「5 類」に移行された。これにより経済活動も「平常時」へと移行され、コロナ禍で控えられてきた消費者需要が一気に回復したことで、宿泊・飲食サービス、生活関連サービス等の非製造業種を中心に景況感が改善した。またサプライチェーン問題の解消や仕入価格上昇分の価格転嫁の動きが進み、基礎素材型や生活関連型の製造業種での景況感が改善した。

### (2) 来期（2023 年第 3 四半期）見通し

円安やエネルギー価格などの原材料費の上昇継続が懸念されつつも、経済活動の正常化で景況感の改善が続き、インバウンド需要や観光客増加等に対する期待もあり、来期 BSI は 14.1 と今期の 1.7 から 12.4 ポイント上昇する見通しとなった。

業種別でみると、製造業は 15.9 と今期の△2.4 から 18.3 ポイント上昇する見通し。その内訳をみると、基礎素材型は 18.4 と今期比 13.1 ポイントの上昇を見通し、加工組立型は 17.1 と今期比 26.9 ポイントの上昇を見通し、生活関連型は 12.8 と今期比 14.9 ポイントの上昇を見通している。

非製造業は 12.8 と今期の 4.7 から 8.1 ポイント上昇する見通し。その内訳をみると、卸売・小売業は 3.8、運輸業は 23.5 と今期比横ばいを見通し、サービス業等は 16.9 と今期比 9.9 ポイントの上昇を見通している。建設業は 12.9 と今期比 22.6 ポイントの上昇を見通している。

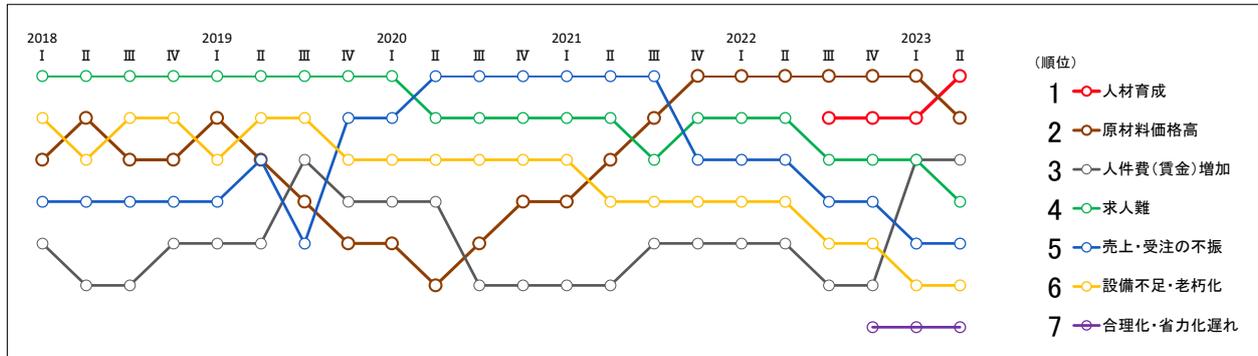
### 業種別業況判断 BSI

業種	実績						2023 I <sup>(1)</sup>	今期	見通し	差異	
	2021 III	IV	2022 I	II	III	IV		(2) II	(3) III	前期比 (2-1)	今期比 (3-2)
全業種	△ 14.9	5.2	△ 30.2	△ 4.9	△ 6.3	1.4	△ 11.4	1.7	14.1	13.1	12.4
製造業	△ 13.8	△ 1.7	△ 31.1	△ 15.7	△ 12.2	3.5	△ 22.2	△ 2.4	15.9	19.8	18.3
基礎素材型	△ 36.1	△ 17.6	△ 36.6	△ 5.0	△ 10.0	△ 5.4	△ 25.0	5.3	18.4	30.3	13.1
加工組立型	8.1	△ 13.5	△ 13.9	△ 46.2	△ 16.7	△ 14.7	0.0	△ 9.8	17.1	△ 9.8	26.9
生活関連型	△ 14.0	20.0	△ 40.0	0.0	△ 11.1	26.2	△ 37.5	△ 2.1	12.8	35.4	14.9
非製造業	△ 15.8	10.5	△ 29.6	3.8	△ 2.3	0.0	△ 3.9	4.7	12.8	8.6	8.1
建設業	△ 8.3	0.0	△ 16.0	△ 20.8	△ 11.1	△ 25.9	3.7	△ 9.7	12.9	△ 13.4	22.6
卸売・小売業	△ 26.2	14.0	△ 28.6	△ 7.5	△ 12.1	3.4	△ 8.2	3.8	3.8	12.0	0.0
運輸業	△ 28.6	△ 4.5	△ 66.7	25.0	△ 13.3	6.3	10.5	23.5	23.5	13.0	0.0
サービス業等	△ 9.7	17.2	△ 23.9	16.4	11.1	5.7	△ 6.8	7.0	16.9	13.8	9.9

### 3. 経営上の問題点

経営上の問題点を複数回答で尋ねたところ、3期連続2位だった「人材育成」が、6期連続1位だった「原材料（仕入）価格高」と入れ替わり、初めて1位となった。今期回答企業の6割を超える183社が問題点として挙げた。また3位には「人件費（賃金）増加」、4位は「求人難」が入っており、人材不足・人手不足の問題が深刻化している状況が浮き彫りとなった。

#### 経営上の問題点 順位の変移(上位7項目)



#### 【企業経営動向調査概要】

- ① 調査時期：2023年6月6日～7月4日  
(毎年3・6・9・12月実施)
- ② 調査事項：業況、受注高、生産高、売上高、在庫高、資金繰り、銀行借入、設備投資、雇用、採算の各項目別BSI、設備投資目的、採算の好転・悪化要因、経営上の問題点
- ③ 調査方法：郵送及びWebによるアンケート方式
- ④ 調査対象：県内に本社または主工場を持つ主要企業445社
- ⑤ 有効回答率：67.0%(有効回答数298社)

#### 【業種別回答数及び構成比】

業種	回答社数	構成比
全業種	298	100.0%
製造業	126	42.3%
基礎素材型	38	12.8%
加工組立型	41	13.8%
生活関連型	47	15.8%
非製造業	172	57.7%
建設業	31	10.4%
卸売、小売業	53	17.8%
運輸業	17	5.7%
サービス業等	71	23.8%

#### 【7業種区分】

製造業	
基礎素材型	木材・木製品製造業(家具を除く)、パルプ・紙・紙加工品製造業、化学工業、石油製品・石炭製品製造業、プラスチック製品製造業、ゴム製品製造業、窯業・土石製品製造業、鉄鋼業、非鉄金属製造業、金属製品製造業
加工組立型	はん用機械器具製造業、生産用機械器具製造業、業務用機械器具製造業、電子部品・デバイス・電子回路製造業、電気機械器具製造業、情報通信機械器具製造業、輸送用機械器具製造業
生活関連型	食料品製造業、飲料・たばこ・飼料製造業、繊維工業、家具・装備品製造業、印刷・同関連業、なめし革・同製品・毛皮製造業、その他製造業
非製造業	
建設業	総合工事業、職別工事業、設備工事業
卸売・小売業	飲食物品、一般商品、繊維・衣料品等、建築資材、金属材料、機械器具等の卸売・小売り
運輸業	陸運、海運、空運、倉庫業、荷役業ほか
サービス業等	情報通信業、不動産業、物品賃貸業、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業、教育・学習支援業、医療・福祉、機械整備ほか

注) 四捨五入の関係で内訳と合計が必ずしも一致しない場合がある。(本文中の図表も同様)