



景況などに関する会員アンケート調査結果について

北陸経済連合会では、2023年4月に、会員企業に対し、景気動向、業績などについてアンケート調査を実施いたしました。

この程、その結果がまとまりましたので、お知らせいたします。

記

1. 調査目的

- ・北陸の景気動向や業績その他について、会員の意見等を把握し、各方面への要望活動などに活かすために実施(半期毎に春・秋に実施。今回で49回目)
- ・定期的な「北陸の景気動向」、「会員企業の業績」、「設備投資」に関する調査に加え、「女性活躍推進」、「DXへの取り組み」、「賃金動向」について調査を実施。

2. 調査時期

2023年4月1日～4月14日

3. 調査対象および回答数

北陸経済連合会会員企業：284社

回答：114社(回答率40.1%)

4. 調査結果概要

I. 北陸の景気動向【半期に1回調査実施】

・2022年度下期の景気判断BSI※は、17.6となり2022年度上期(15.4)からさらにプラスとなった。2023年度上期の見通しは、2022年度下期から引き続き改善を見込んでいる。

・2022年度下期の景気が回復した理由としては、製造業では「設備投資の回復」(57.1%)、非製造業では「個人消費の回復」(55.9%)の回答がそれぞれ最多となった。

・一方、景気が悪い理由としては、製造業(82.6%)、非製造業(75.7%)ともに「資源高・円安の影響」が最も多くなっている。

※景気が前期と比べ「良くなった」と答えた割合から「悪くなった」と答えた割合を引いた値

II. 会員企業の業績【半期に1回調査実施】

・2022年度下期の業績判断BSI※は、10.5となり5期連続のプラス維持となった。来期の見通しも14.9としプラス維持継続となっている。

・一方、2022年度下期の(業種別)製造業の業績判断BSIだけは「改善」より「悪化」とする企業が上回り▲2.7となった。

・経営上の課題では、業種別、規模別の双方で「人材育成・確保」を経営課題とする企業が最も多く、3期連続で課題のトップとなっている。

※業績が前期と比べ「改善」と答えた割合から「悪化」と答えた割合を引いた値

Ⅲ. 設備投資【1年に1回調査実施】

・2022年度の現在の設備水準は、「不足」「非常に不足」とする企業15.8%（2021年度調査：19.6%）が「非常に過剰」「過剰」とする企業5.3%（2021年度調査：6.8%）を上回っている。「適正」とする企業は2021年度調査と同様に76.3%と多数となっている。

・設備投資実績としては、2022年度の設備投資を「増加」と回答した企業は増えているが、「横ばい」や「減少」の回答は減少している。

・2023年度の設備投資見込みの回答も「増加する」が36.0%（2022年度実績：30.7%）多くなっているが、「横ばい」50.9%（2022年度実績：52.6%）や、「減少する」7.9%（2022年度実績：12.3%）は少なくなった。

Ⅳ-1. 女性活躍推進について

・女性採用比率、平均勤続年数、女性管理職比率の3項目で、2020年度下期よりも後退した側面もあるが、2020年度下期と比べて「無回答」の比率は、特に常時雇用労働者数101～300人の企業において減少した。2022年4月より女性活躍推進法が101人以上の企業を対象が拡大し、自社の状況把握をした企業が増えた結果と見られる。

・女性活躍推進に取り組む理由は「優秀な人材確保」（58.8%）に次いで「社内の多様性とイノベーション促進」（46.5%）。特に301人以上では、7割以上の企業が両者を回答に選んだ。

・女性活躍の取組みとしては、製造業で「経営層からの発信」が44.7%で最多。301人以上を中心に、女性活躍推進が経営者の間に浸透しつつある。

・女性活躍推進の課題は「管理職を目指す意欲ある女性が少ない」（37.7%）と最多だが、2020年度下期に比べて約10ポイント減った。特に100人以下で「女性の職種が限られる」、「育休取得者等の代替確保やサポート体制」がともに20ポイント以上増加した。

・調査全体を通じて、規模別で女性活躍推進の取組み状況や課題に差が見られた。2020年度下期の後、女性活躍推進法が101人以上を対象が拡大、男性育休や男女の賃金の差異公表などの動きがあり、その対象となる大企業を中心に徐々に進展が見られる。

Ⅳ-2. DXへの取組みについて

・会員企業にデジタル化の取組み推進段階

① デジタイゼーション

<ツールのデジタル化：アナログ・物理データのデジタルデータ化>

② デジタライゼーション

<プロセスのデジタル化：個別の業務、製造プロセスのデジタル化>

③ デジタルトランスフォーメーション

<ビジネスのデジタル化：組織横断/全体の業務・製造プロセスのデジタ

ル化、“顧客起点の価値創出”のための事業やビジネスモデルの変革>
①～③のデジタル化の中でどの段階にあるのかを会員企業に聞いたところ、③デジタルトランスフォーメーションと回答した企業は、全産業で26.3%、製造業では21.1%、非製造業では28.9%となっており、何れも3割未満である。規模別では、大企業で45.2%、中堅企業は15.2%、中小企業は15.4%となっている。大企業でも、「デジタルトランスフォーメーション」の段階は5割未達となっている。

・デジタル化に取り組んでいる企業に、取り組み成果について尋ねたところ、各企業の自己評価として「成果が出ている」と回答した企業は、製造業、非製造業の両方で7割を超えている。現状で「デジタルトランスフォーメーション」に未到達の企業（デジタイゼーション、デジタルイゼーションと回答した企業）にその障壁（理由）について聞いたところ、業種別、規模別とも「スキル、経験のある人材不足」が最も高い障壁になっていると回答した。

・デジタル化の取り組みで「デジタル化に着手していない」と回答した企業に、デジタル化の取り組みの必要性について尋ねたところ、「必要である」、「ある程度必要である」双方の回答率は、全産業では約7割程度、製造業では8割を超え、非製造業では6割となった。

・デジタル化の取り組みを進める際の課題については、業種別、規模別とも「専門人材不足・知識不足」との回答が7割を超えた。さらに、デジタル化の取組効果として期待するものについては、「生産性の向上・業務効率化」が業種別、規模別ともに最多となった。

IV-3. 賃金動向について

・2023年度に賃上げを実施した企業は、全産業で8割を超えた。また、2022年度：秋のアンケート（賃上げ実施率）との比較で、業種別では、製造業が12.0ポイント増の94.7%、非製造業が13.9ポイント増の77.6%と、ともに2022年度を大きく上回った。規模別では、大企業が78.6%、中堅企業が90.9%、中小企業が82.1%となった。

・2023年度に賃上げを実施した企業に、その内容について聞いたところ、製造業（72.2%）、非製造業（67.8%）ともに「ベースアップ」が最も多く、ベースアップ率についても製造業（34.6%）、非製造業（27.5%）ともに「2%以上3%未満」への回答が最多となった。全産業で2.0%以上の賃上げを見込む企業は約6割（59.1%）を占めている。

・賃上げの理由については、全産業で「社員のモチベーションアップのため」（65.3%）と「人材確保・定着のため」（64.2%）の2項目が上位に来ている。一方で、賃上げを実施していない理由としては、全産業で「現状の賃金が適切であるため」（50.0%）が最も多く、製造業では「業績が悪化しているため」（100.0%）、非製造業では「現状の賃金が適切であるため」（58.3%）がそれぞれ最多となった。

*詳細は別添「景況などに関する会員アンケート調査結果」、

または北経連HP掲載の「会員アンケート 2023年・春」参照

北経連HP：<http://www.hokkeiren.gr.jp/materials/enquete/>

【問合せ先：北陸経済連合会 渡辺史男 Tel・076-282-9542（直通）】