

News Release

No. 60-163

2023年11月15日

県内企業の7割以上で、円安は悪い影響あり

——円安、物価上昇の影響についてのアンケート調査——

県内企業を対象に円安、物価上昇の影響についてのアンケート調査を実施した。(10月実施。対象企業1,007社、回答企業305社、回答率30.3%)。

1. 円安

○このところの、円安の自社の経営への影響については、「良い影響がある」が3.3%、「悪い影響がある」が52.0%、「良い影響、悪い影響両方ある」が23.7%、「影響はない」が21.0%となり、悪い影響があるところとすると半数を超え、「良い影響、悪い影響両方ある」とするところを加えると75.7%で悪い影響があるとしている。

円安の自社の経営への影響

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
良い影響がある	3.3	6.1	1.6
悪い影響がある	52.0	55.7	49.7
良い影響、悪い影響両方ある	23.7	27.8	21.1
影響はない	21.0	10.4	27.6

○円安が続いた場合の対策としては、「経費の削減」が最も多く63.1%、次いで「コスト上昇分を価格に転嫁」62.8%、「仕入先・仕入方法の見直し」36.6%、「新しい販路開拓、見直し」15.9%、「製造・販売・サービス体制の見直し」15.5%、「省エネ設備の導入」13.8%、「新製品・サービスの開発」12.4%となった。「経費の削減」が「コスト上昇分を価格に転嫁」をわずかに上回っているが、経費削減など自社の努力に加え、コストの転嫁をあげるところも多く、今後円安による価格転嫁が進む可能性も予想される。

円安が続いた場合の対策

単位：%

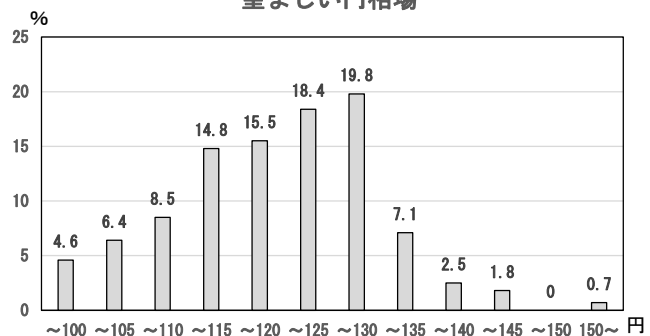
	全産業	製造業	非製造業
経費の削減	63.1	56.3	67.4
コスト上昇分を価格に転嫁	62.8	65.2	61.2
仕入先・仕入れ方法の見直し	36.6	33.9	38.2
新しい販路開拓、見直し	15.9	17.0	15.2
製造・販売・サービス体制の見直し	15.5	15.2	15.7
省エネ設備の導入	13.8	17.9	11.2
新製品・サービスの開発	12.4	16.1	10.1

業種別にみると、「経費の削減」で非製造業が製造業に比べ多く、「省エネ設備の導入」で製造業が非製造業に比べ多かった。

○自社にとって望ましい円相場について聞いたところ、最も多いのは125円以上130円未満で19.8%、次いで多い順に120円以上125円未満18.4%、115円以上120円未満15.5%、110円以上115円未満14.8%などとなった。130円未満とするところが88.0%と9割近くを占めており、現在の円相場は、望ましい円相場からは円安に振れている。

業種別にみると、製造業では125円以上130円未満が最も多く25.5%、非製造業では120円以上125円未満が19.7%と最も多かった。

望ましい円相場



2. 物価上昇

○物価上昇の自社の経営への影響については、「マイナスの影響が大きい」が42.6%、「ややマイナスの影響がある」が35.7%で、合わせて78.3%の企業でマイナスの影響があるとしている。一方、「プラスの影響が大きい」は1.6%、「ややプラスの影響がある」は5.9%、「どちらともいえない」は14.1%であった。マイナスの影響があるとするところが7割を超えており、このところの物価上昇はマイナスの影響があるとするところが多い。

物価上昇の自社の経営への影響 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
マイナスの影響が大きい	42.6	46.2	40.4
ややマイナスの影響がある	35.7	32.5	37.8
どちらともいえない	14.1	14.5	13.8
ややプラスの影響がある	5.9	3.4	7.4
プラスの影響が大きい	1.6	3.4	0.5

○製商品・サービス価格の値上げについては、「すでに値上げを行っており、さらに値上げを行う予定」が39.8%、「すでに値上げを行っているが、今後の値上げは予定していない」31.8%、「値上げは行っていないが、今後行う予定」16.7%、「値上げは行っておらず、今後も行わない予定」11.7%となった。すでに値上げを行っているところは、71.6%と7割以上となった。今後の値上げについては、「さらに値上げを行う予定」と「今後行う予定」を合わせると56.5%となり、半数以上の企業で値上を行なうとしている。引き続き値上げの動きが続くと考えられ、物価上昇による消費や景気への影響が懸念される。

製商品・サービス価格の値上げについて 単位：%

	全産業	製造業	非製造業
すでに値上げを行っており、さらに値上げを行う予定	39.8	47.0	35.3
すでに値上げを行っているが、今後の値上げは予定していない	31.8	40.9	26.1
値上げは行っていないが、今後行う予定	16.7	8.7	21.7
値上げは行っておらず、今後も行わない予定	11.7	3.5	16.8

業種別にみると、値上げを行っているところは、製造業で非製造業に比べ多く、値上げを行っていないところは、非製造業で多い。

(照会先 吉嶺)

円安、物価上昇の影響について

円安、物価上昇の企業経営への影響についてアンケート調査を行った。(10月実施。対象企業1,007社、回答企業305社、回答率30.3%)

1. 円安

(1) 円安の影響

このところの、円安の自社の経営への影響については、「良い影響がある」が3.3%、「悪い影響がある」が52.0%、「良い影響、悪い影響両方ある」が23.7%、「影響はない」が21.0%となり、悪い影響があるとすることが半数を超え、「良い影響、悪い影響両方ある」とするところを加える

と75.7%で悪い影響があるとして

いる。
業種別では、「影響はない」とするところが、非製造業で製造に比べ多いのが目立っている。

円安の自社の経営への影響

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
良い影響がある	3.3	6.1	1.6
悪い影響がある	52.0	55.7	49.7
良い影響、悪い影響両方ある	23.7	27.8	21.1
影響はない	21.0	10.4	27.6

(2) 影響の内容

円安について、「良い影響がある」、「良い影響、悪い影響両方ある」とするところの「良い影響」の内容については、「海外需要の増加」が最も多く55.9%、次いで「輸出を行っている企業などからの受注増」45.8%、「為替差益の発生」28.8%、「株価の上昇」18.6%、「海外製品の値上がりによる価格競争の緩和」15.3%となった。

業種別にみると、「為替差益の発生」で製造業が非製造業に比べ多く、「株価の上昇」で非製造業が製造業に比べ多かった。

一方、「悪い影響がある」、「良い影響、悪い影響両方ある」とするところの「悪い影響」の内容については、「原材料・商品等仕入価格の上昇」が最も多く87.9%、次いで「ガソリン等燃料・光熱費価格等の上昇」

円安の良い影響

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
海外需要の増加	55.9	55.6	56.5
輸出を行っている企業などからの受注増	45.8	47.2	43.5
為替差益の発生	28.8	33.3	21.7
株価の上昇	18.6	11.1	30.4
海外製品の値上がりによる価格競争の緩和	15.3	19.4	8.7

円安の悪い影響

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
原材料・商品等仕入価格の上昇	87.9	86.4	89.0
ガソリン等燃料価格・光熱費価格の上昇	80.6	76.1	83.9
物価上昇による消費の減退	41.7	29.5	50.8
価格転嫁の遅れによる採算悪化	35.9	45.5	28.8
コスト増加分の価格転嫁による売上数量・売上減少	30.6	31.8	29.7

80.6%、「物価上昇による消費の減退」41.7%、「価格転嫁の遅れによる採算悪化」35.9%、「コスト増加分の価格転嫁による売上数量・売上減少」30.6%となった。

業種別にみると、「物価上昇による消費の減退」で非製造業が製造業に比べ多く、「価格転嫁の遅れによる採算悪化」で製造業が非製造業に比べ多かった。

(3) 円安が続いた場合の対策

円安が続いた場合の対策としては、「経費の削減」が最も多く63.1%、次いで「コスト上昇分を価格に転嫁」62.8%、「仕入先・仕入方法の見直し」36.6%、「新しい販路開拓、見直し」15.9%、「製造・販売・サービス体制の見直し」15.5%、「省エネ設備の導入」13.8%、「新製品・サービスの開発」12.4%となった。「経費の削減」が「コスト上昇分を価格に転嫁」をわずかに上回っているが、経費削減など自社の努力に加え、コストの転嫁をあげるところも多く、今後円安が続いた場合、価格転嫁が進む可能性も予想される。

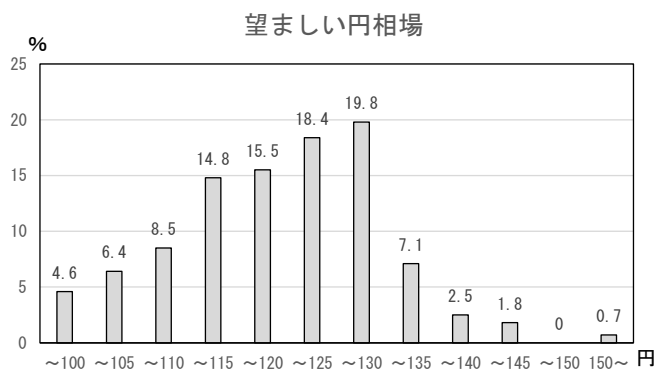
業種別にみると、「経費の削減」で非製造業が製造業に比べ多く、「省エネ設備の導入」で製造業が非製造業に比べ多かった。

	全産業	製造業	非製造業
経費の削減	63.1	56.3	67.4
コスト上昇分を価格に転嫁	62.8	65.2	61.2
仕入先・仕入れ方法の見直し	36.6	33.9	38.2
新しい販路開拓、見直し	15.9	17.0	15.2
製造・販売・サービス体制の見直し	15.5	15.2	15.7
省エネ設備の導入	13.8	17.9	11.2
新製品・サービスの開発	12.4	16.1	10.1

(4) 望ましい円相場

自社にとって望ましい円相場について聞いたところ、最も多いのは125円以上130円未満で19.8%、次いで多い順に120円以上125円未満18.4%、115円以上120円未満15.5%、110円以上115円未満14.8%などとなった。130円未満とするところが88.0%と9割近くを占めており、現在の円相場は、望ましい円相場からは円安に振れている。

業種別にみると、製造業では125円以上130円未満が最も多く25.5%、非製造業では120円以上125円未満が19.7%と最も多かった。



2. 物価上昇

(1) 物価上昇の影響

物価上昇の国内経済への影響については、「マイナスの影響が大きい」が41.3%、「ややマイナスの影響がある」が33.8%で、合わせて75.1%の企業でマイナスの影響があるとしている。一方、「プラスの影響が大きい」は2.6%、「ややプラスの影響がある」は6.6%、「どちらともいえない」は15.7%であった。

同じく、自社の経営への影響については、「マイナスの影響が大きい」が42.6%、「ややマイナスの影響がある」が35.7%で、合わせて78.3%の企業でマイナスの影響があるとしている。一方、「プラスの影響が大きい」は1.6%、「ややプラスの影響がある」は5.9%、「どちらともいえない」は14.1%であった。

国内経済、自社の経営について、マイナスの影響があるところが多い。このところの物価上昇はマイナスの影響があるところが多い。

業種別で大きな差はなかった。

物価上昇の国内経済に対する影響

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
マイナスの影響が大きい	41.3	41.0	41.5
ややマイナスの影響がある	33.8	33.3	34.0
どちらともいえない	15.7	15.4	16.0
ややプラスの影響がある	6.6	6.0	6.9
プラスの影響が大きい	2.6	4.3	1.6

物価上昇の自社の経営への影響

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
マイナスの影響が大きい	42.6	46.2	40.4
ややマイナスの影響がある	35.7	32.5	37.8
どちらともいえない	14.1	14.5	13.8
ややプラスの影響がある	5.9	3.4	7.4
プラスの影響が大きい	1.6	3.4	0.5

(2) 影響の内容

物価上昇の影響の内容については、「仕入価格と販売価格の上昇に乖離があり、収益が圧迫される」が最も多く 64.2%、次いで「実質賃金が低下し、消費の減退が懸念される」58.6%、「節約意識が高まり、消費の減退が懸念される」51.3%など、マイナスの影響をあげるところが多い。

一方、「値上げをしやすい環境が生じ、売上・利益の増加が期待される」31.8%、「賃上げしやすい環境が生じ、景気の好循環が期待できる」17.2%、「物価の先高観により、当面の消費

影響の内容

単位：%

	全産業	製造業	非製造業
仕入価格と販売価格の上昇に乖離があり、収益が圧迫される	64.2	65.5	63.4
実質賃金が低下し、消費の減退が懸念される	58.6	63.8	55.4
節約意識が高まり、消費の減退が懸念される	51.3	46.6	54.3
値上げしやすい環境が生じ、売上・利益の増加が期待できる	31.8	33.6	30.6
賃上げしやすい環境が生じ、景気の好循環が期待できる	17.2	13.8	19.4
物価の先高観により、当面の消費	9.3	9.5	9.1

が活発化する」9.3%などどちらかというと、プラスの影響をあげるところもあった。

業種別にみると、「実質賃金が低下し、消費の減退が懸念される」で製造業が非製造業に比べ多く、「節約意識が高まり、消費の減退が懸念される」で非製造業が製造業に比べ多かった。

(3) 製商品・サービス価格の値上げについて

製商品・サービス価格の値上げについては、「すでに値上げを行っており、さらに値上げを行う予定」が39.8%、「すでに値上げを行っているが、今後の値上げは予定していない」31.8%、「値上げは行っていないが、今後行う予定」16.7%、「値上げは行っておらず、今後も行わない予定」11.7%となった。すでに値上げを行っているところは、71.6%と7割以上となった。今後の値上げについては、「さらに値上げを行う予定」と「今後行う予定」を合わせると56.5%となり、半数以上の企業で値上を行なうとしている。引き続き値上げの動きが続くと考えられ、物価上昇による消費や景気への影響が懸念される。

業種別にみると、値上げを行っているところは、製造業で非製造業に比べ多く、値上げを行っていないところは、非製造業が多い。

	全産業	製造業	非製造業
すでに値上げを行っており、さらに値上げを行う予定	39.8	47.0	35.3
すでに値上げを行っているが、今後の値上げは予定していない	31.8	40.9	26.1
値上げは行っていないが、今後行う予定	16.7	8.7	21.7
値上げは行っておらず、今後も行わない予定	11.7	3.5	16.8

別 表

業種別対象・回答企業数

	対象企業数	回答企業数	業種別構成比 (%)	うち中小企業 の占める比率 (%)
全 産 業	1,007	305	100.0	92.8
製 造 業	384	117	38.4	96.6
食 料 品	48	15	4.9	100.0
織 維	21	8	2.6	100.0
紙・紙加工品	19	8	2.6	100.0
化 学	50	9	3.0	100.0
窯 業・土石	21	5	1.6	100.0
鉄鋼・非鉄金属	18	6	2.0	100.0
金 属 製 品	20	9	3.0	100.0
一 般 機 械	48	8	2.6	87.5
電 気 機 械	38	16	5.2	87.5
輸 送 機 械	47	13	4.3	92.3
印 刷	22	3	1.0	100.0
そ の 他 製 造	32	17	5.6	100.0
非 製 造 業	623	188	61.6	90.4
卸 売	80	28	9.2	100.0
小 売	86	17	5.6	58.8
建 設	89	32	10.5	100.0
不 動 産	50	17	5.6	100.0
運 輸・倉庫	70	25	8.2	96.0
電 気・ガス	17	4	1.3	75.0
情 報 通 信	39	10	3.3	90.0
飲 食 店・宿泊	37	10	3.3	100.0
サ ー ビ ス	155	45	14.8	82.2