

## 長野県内企業の現況に関する調査

本調査は、県内企業経営者に対し四半期ごとに行なっている「四半期別業況アンケート調査」の付帯調査として実施したものです。調査の概要については次頁をご覧ください。

### 調査結果のポイント

#### 1. 新型コロナの影響について

##### (1) 業績が新型コロナ感染拡大前の水準まで回復した企業は約4割

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比較した業績の回復状況についてみると、「既に回復している」が36.4%と、約4割にとどまっている。

##### (2) 新型コロナの対応策は、会議のオンライン化や訪問・出張・イベントの自粛が多い

- ・ 新型コロナの対応策について実施中のものは、経営面では、「顧客との会議のオンライン化」(60.8%)、労務面では、「訪問・出張・イベントの自粛」(56.2%)が最も多くなった。

##### (3) 行政への要望は、補助金や雇用維持に対する助成を求める声が多い

- ・ 今後、行政に求める支援策等についてみると、「補助金制度の簡素化・拡充等」が56.6%と最も多く、次いで「雇用を維持した企業に対する助成」(47.5%)などとなった。

#### 2. 売り上げ見通しについて

##### 2021年度の対前年度売り上げは、約半数の企業が増加する見通し

- ・ 2021年度の対前年度売り上げ見通しについては、全産業では、「増加」が48.4%、「減少」が21.3%となり、増加が減少を上回った。

#### 3. 原材料価格上昇の影響について

##### (1) 原材料価格の上昇で、約8割の企業にマイナスの影響

- ・ 原材料価格上昇による業績への影響については、マイナスの影響（「マイナスの影響がある」＋「ややマイナスの影響がある」）が78.4%となった。

##### (2) 原材料価格上昇への対策は、販売価格に転嫁が最多

- ・ 原材料価格上昇への対策については、「販売価格に転嫁」が58.2%と最も多く、次いで「合理化、経費削減」が53.7%、「原材料コスト管理の徹底」が40.4%などとなった。

##### (3) 販売価格への転嫁ができていない企業は4割

- ・ 価格転嫁の割合についてみると、全産業では、「価格転嫁できていない」が39.3%と最も多く、「5割以下」(26.3%)を含めると6割に上る。

- ◆ 新型コロナの感染拡大から2年が経過したが、業績が新型コロナ感染拡大前の水準まで回復している企業は4割にとどまる。こうした中、原材料価格の上昇に伴う価格転嫁の遅れが、企業の業績に悪影響を与え始めている。さらに、新型コロナの感染再拡大や、それに伴うまん延防止等重点措置の適用が業績を下押しすることも懸念される。

## 【 調 査 の 概 要 】

- 実施時期 : 2021 年 12 月中旬～2022 年 1 月中旬
- 実施方法 : 業況アンケート調査（2021 年 10～12 月期）の付帯調査として実施（郵送方式）
- 対象企業 : 県内企業 643 社
- 回答企業数 : 319 社（回答率 49.6%）  
うち製造業 156 社、非製造業 163 社

※ グラフ等の回答割合については四捨五入して表記したため、合計が 100 にならないことがある。また、無回答がある場合は、各グラフの作成から除いている。

照 会 先  
一般財団法人 長野経済研究所  
調査部(担当：桑井、佐藤)  
TEL : 026-224-0501

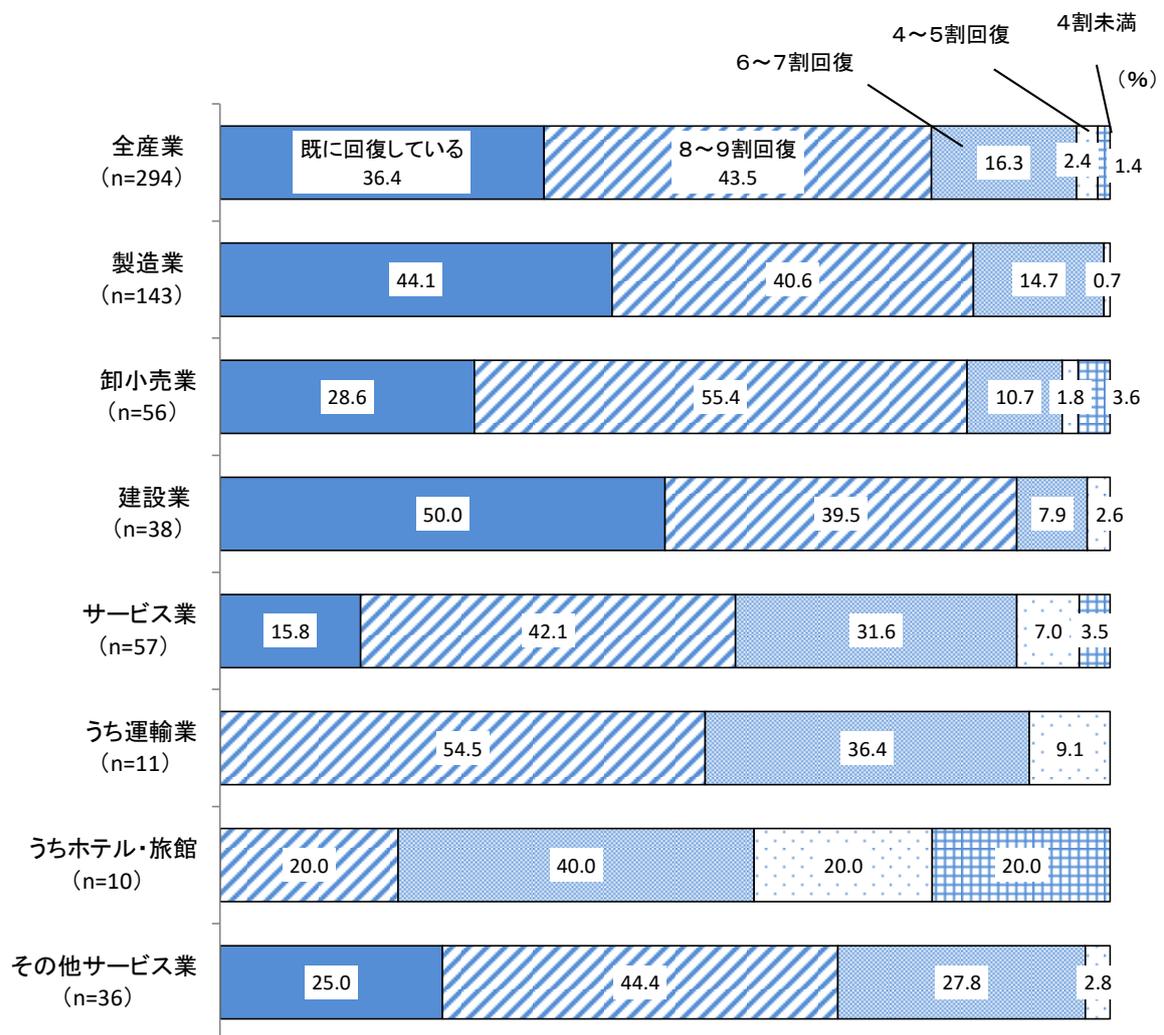


## 1. 新型コロナの影響について

### (1) 業績が新型コロナ感染拡大前の水準まで回復した企業は約4割

- ・ 新型コロナ感染拡大前と比較した業績の回復状況についてみると、全産業では、「既に回復している」が36.4%と、約4割にとどまっている（図表1）。
- ・ 業種別にみると、「既に回復している」の回答割合は、建設業が50.0%と最も多く、次いで製造業（44.1%）、卸小売業（28.6%）、サービス業（15.8%）となった。
- ・ サービス業のうち運輸業とホテル・旅館では、「既に回復している」との回答はなく、特にホテル・旅館は、「8～9割回復」も20%と他の業種に比べ回復が遅れている。

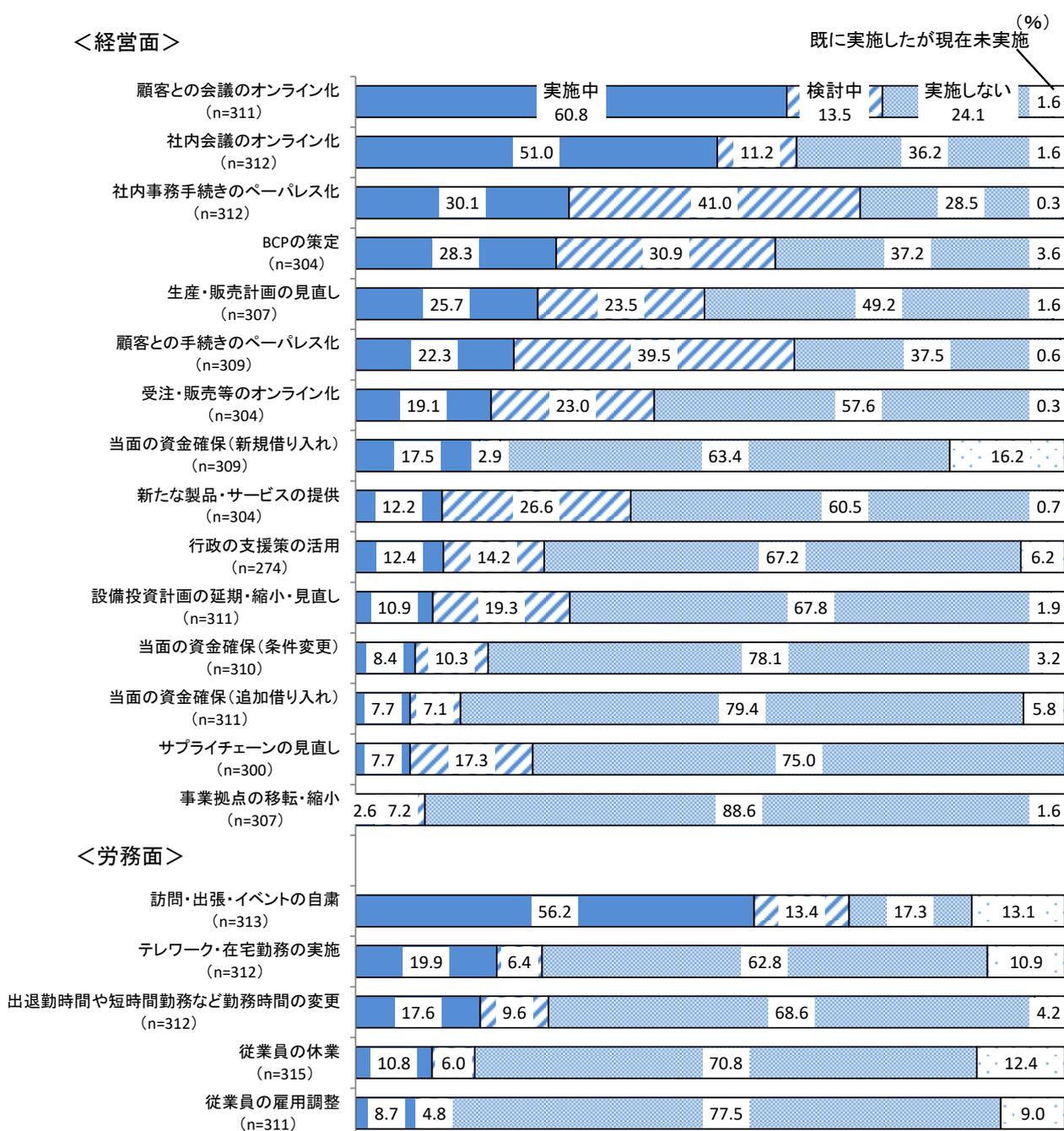
図表1 新型コロナ感染拡大前と比較した業績の回復状況



## (2) 新型コロナの対応策は、会議のオンライン化や訪問・出張・イベントの自粛が多い

- ・ 新型コロナの対応策について実施中のものは、経営面では、「顧客との会議のオンライン化」が60.8%と最も多く、次いで「社内会議のオンライン化」が51.0%となっている（図表2）。
- ・ 労務面では、「訪問・出張・イベントの自粛」が56.2%と多い一方、「テレワーク・在宅勤務の実施」と「出退勤時間や短時間勤務など勤務時間の変更」はそれぞれ19.9%、17.6%となっており、勤務形態の変化は限定的である。

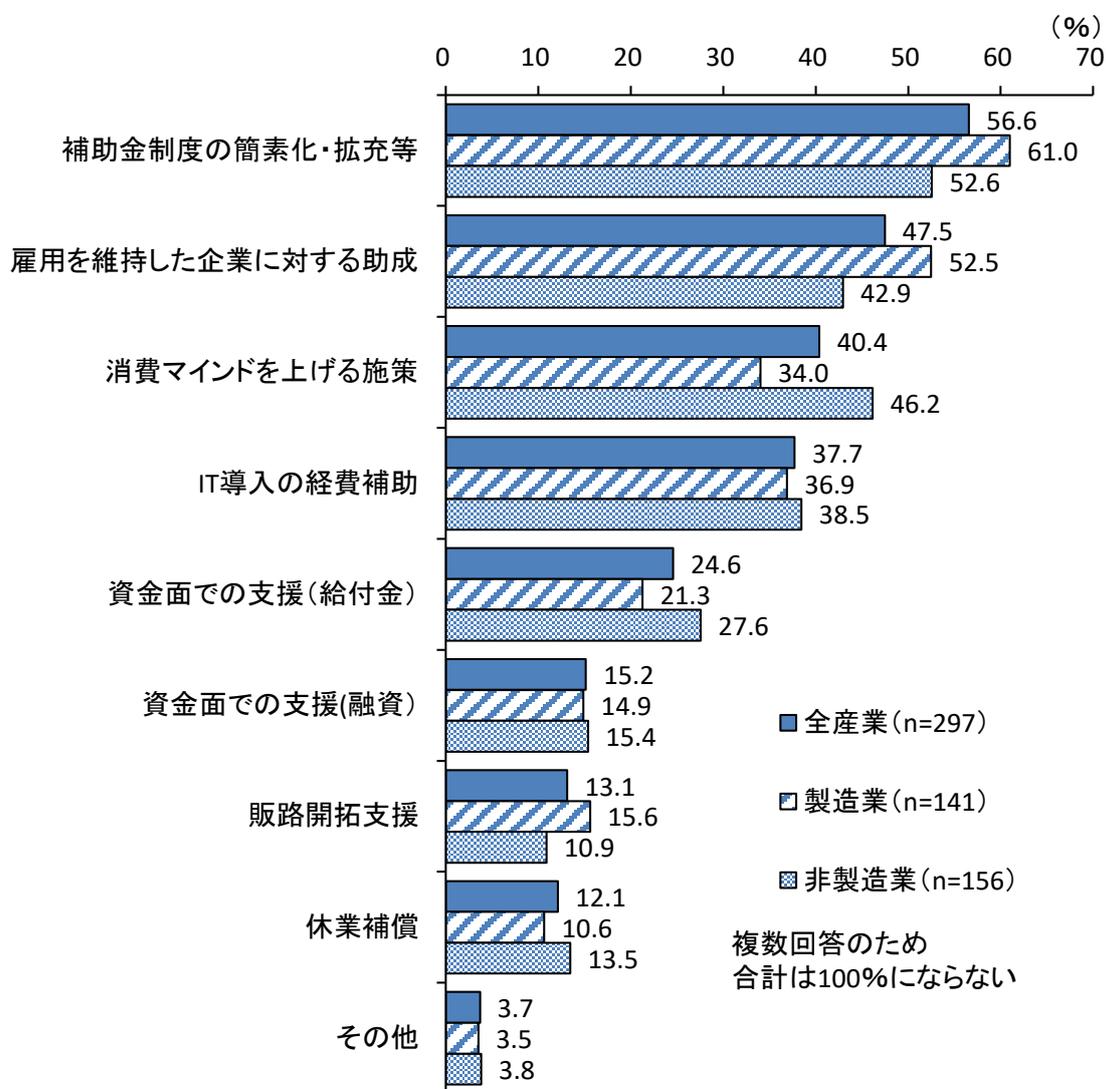
図表2 新型コロナの対応策



### (3) 行政への要望は、補助金や雇用維持に対する助成を求める声が多い

- ・ 今後、行政に求める支援策等についてみると、全産業では、「補助金制度の簡素化・拡充等」が56.6%と最も多く、次いで「雇用を維持した企業に対する助成」(47.5%)、「消費マインドを上げる施策」(40.4%) などとなった(図表3)。
- ・ 業種別にみると、製造業は、「補助金制度の簡素化・拡充等」が61.0%と最も多く、次いで「雇用を維持した企業に対する助成」が52.5%となった。非製造業は、「補助金制度の簡素化・拡充等」が52.6%と最も多く、次いで「消費マインドを上げる施策」が46.2%となった。

図表3 今後、行政に求める支援策等

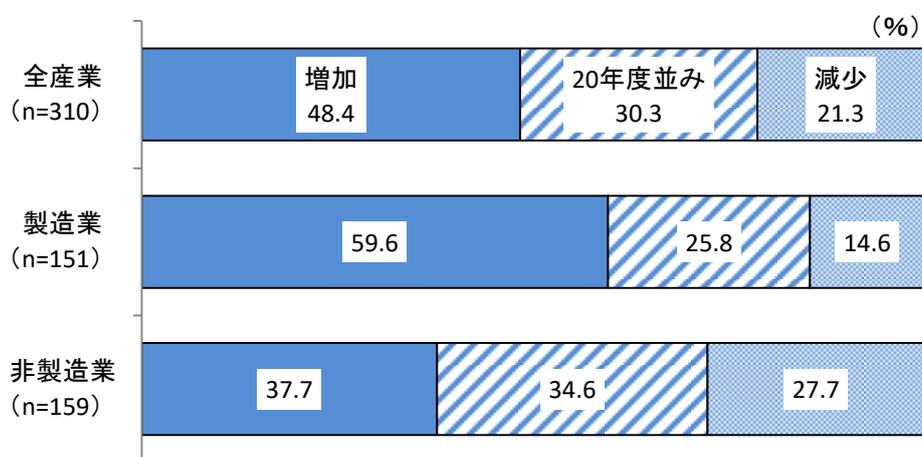


## 2. 売り上げ見通しについて

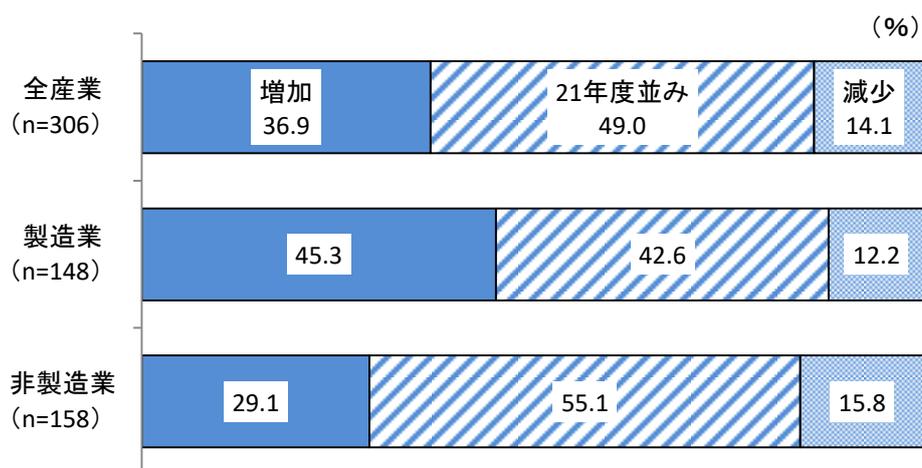
### 21年度の対前年度売り上げは、約半数の企業が増加する見通し

- 21年度の対前年度売り上げ見通しについては、全産業では、「増加」が48.4%、「減少」が21.3%となり、増加が減少を上回った（図表4）。業種別にみると、「増加」の回答割合は、製造業が59.6%となり、非製造業（37.7%）を上回った。一方「減少」の回答割合では、非製造業が27.7%と製造業（14.6%）を上回っている。
- 22年度の対前年度売り上げ見通しは、全産業では、「増加」が36.9%となった（図表5）。業種別にみると、21年度と同様に、「増加」の回答割合は製造業（45.3%）が非製造業（29.1%）を上回った。

図表4 2021年度の売り上げ見通し



図表5 2022年度の売り上げ見通し

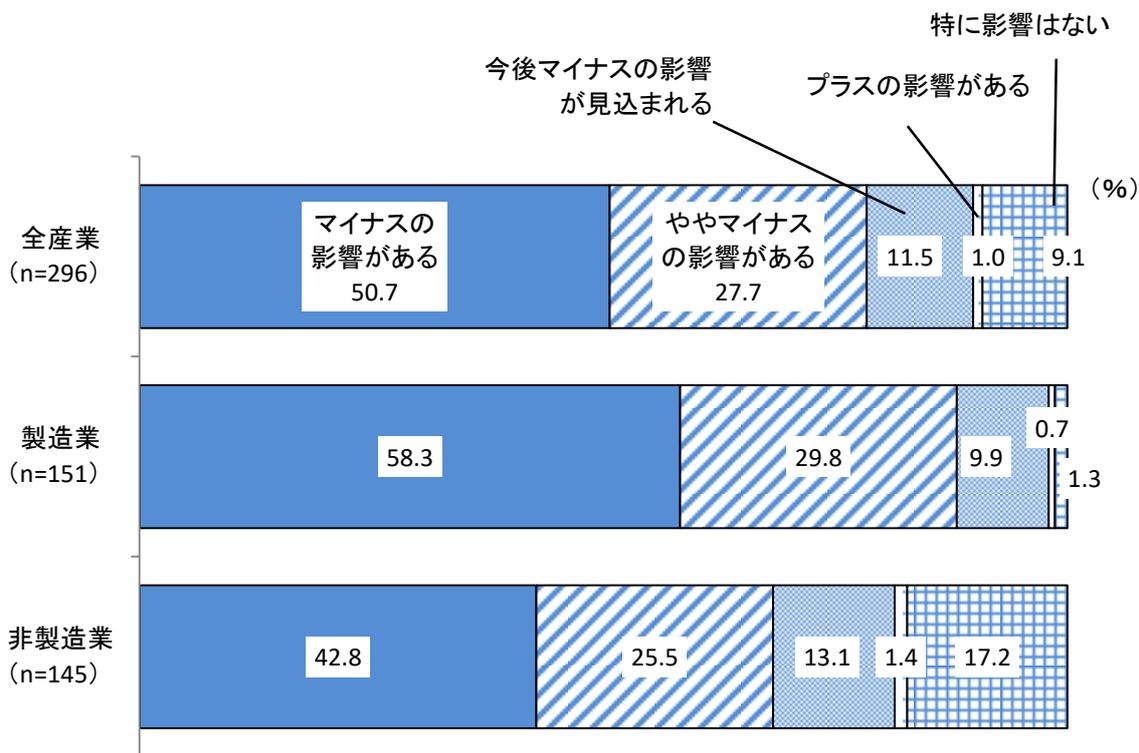


### 3. 原材料価格上昇の影響について

#### (1) 原材料価格の上昇で、約8割の企業にマイナスの影響

- ・ 原材料価格上昇による業績への影響については、全体では、マイナスの影響（「マイナスの影響がある」＋「ややマイナスの影響がある」）が78.4%となった（図表6）。また、「今後マイナスの影響が見込まれる」（11.5%）を含めると9割に上る。
- ・ 業種別では、製造業の方が非製造業よりもマイナスの影響が大きい。

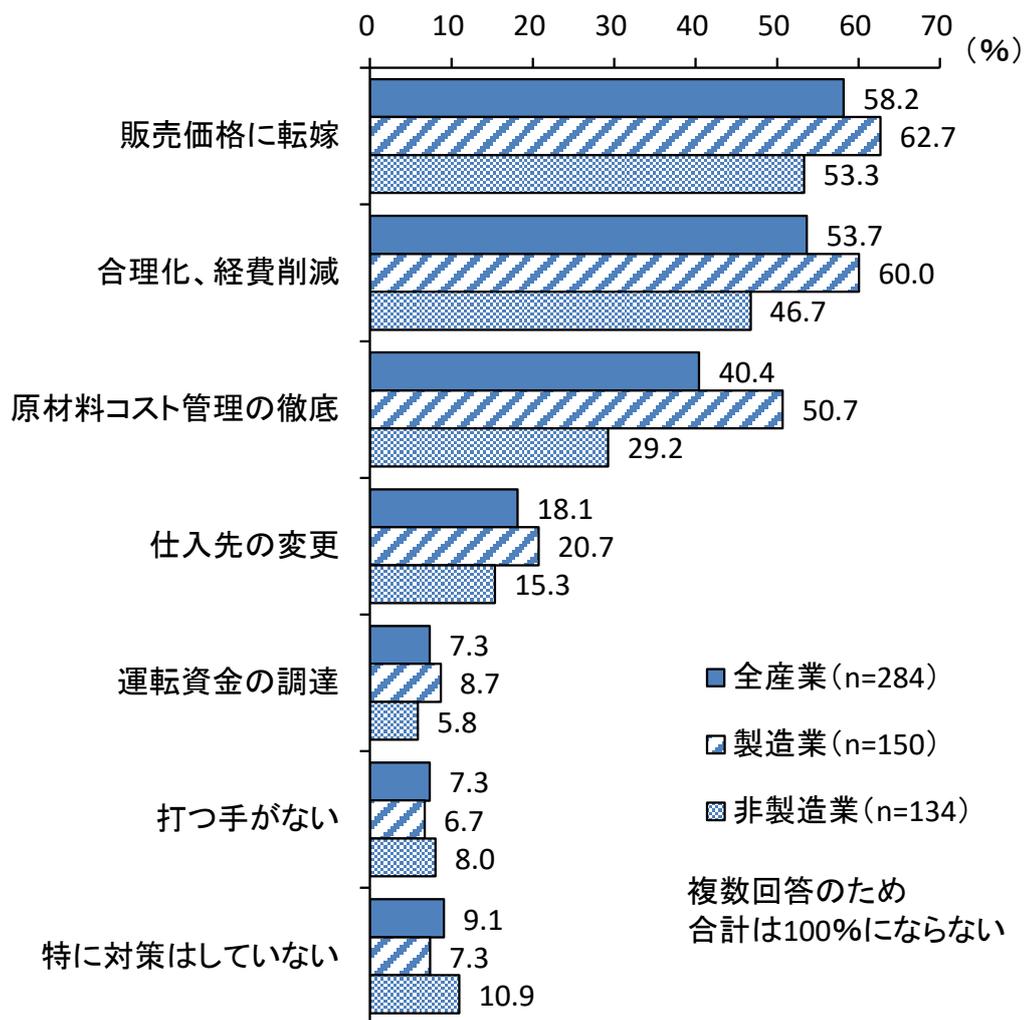
図表6 現在の原材料価格上昇による業績への影響



## (2) 原材料価格上昇への対策は、販売価格に転嫁が最多

- ・ 原材料価格上昇への対策については、全産業では、「販売価格に転嫁」が 58.2%と最も多く、次いで「合理化、経費削減」が 53.7%、「原材料コスト管理の徹底」が 40.4%などとなった（図表 7）。
- ・ 業種別にみると、製造業の回答割合が非製造業を上回るものが多く、特に「原材料コスト管理の徹底」は 21.5 ポイント上回っている。

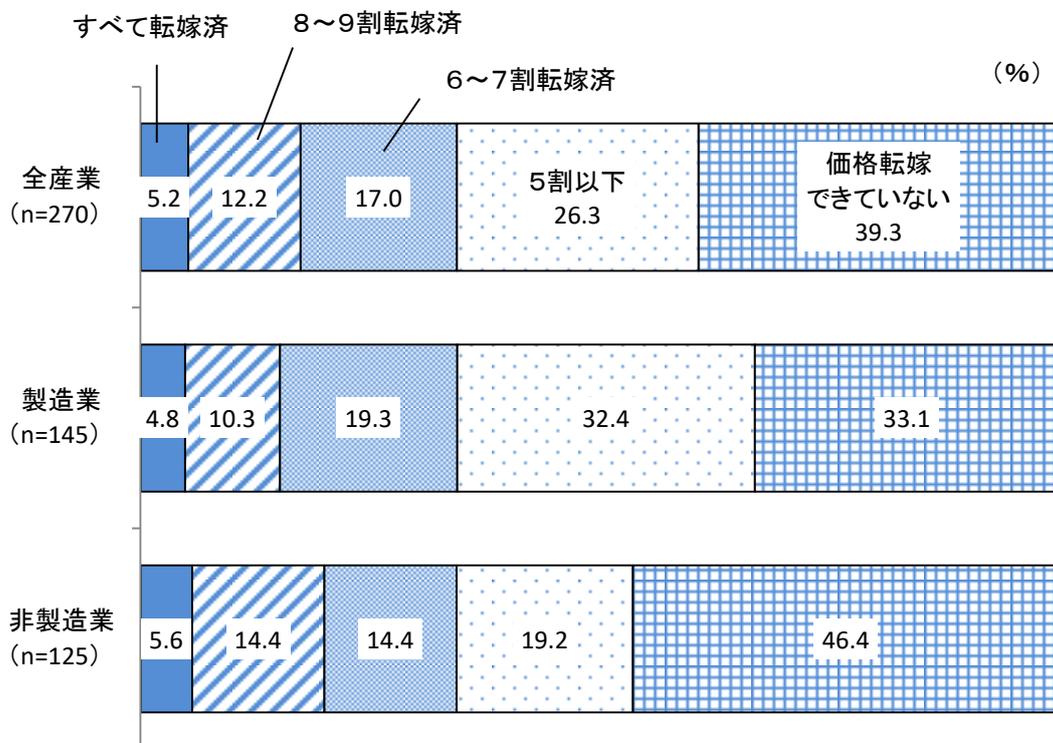
図表 7 原材料価格上昇への対策



### (3) 販売価格への転嫁ができていない企業は4割

- ・ 価格転嫁の割合についてみると、全産業では、「価格転嫁できていない」が39.3%と最も多く、「5割以下」(26.3%)を含めると6割に上る(図表8)。一方で、「すべて転嫁済」は5.2%にとどまった。
- ・ 業種別にみると、「価格転嫁できていない」の回答割合は、非製造業が46.4%と製造業(33.1%)を上回った。

図表8 価格転嫁の割合



以上