

ネットモニター調査結果 - '21年12月期 -

ご協力いただいたモニター数：248社

調査期間：2022年1月6日～8日

《12月の景況判断に関する要点》（図A、図B、図C）

景気は、持ち直し基調にある

- 12月の景況（前月比）**をみると、「上昇・好転」の割合は2.9ポイント下降して23.3%、「下降・悪化」は1.2ポイント上昇して21.0%となり、**DIは、4.1ポイント下降して2.3**となった。
 業種別DIは、製造業で0.7ポイント上昇して7.4、非製造業で7.6ポイント下降して-1.3となった。
- <上昇・好転要因>**は、「時期的、季節的な要因で」が54.1%、「内需が増大したから」が47.5%と、突出して高くなった。
- <下降・悪化要因>**は、「内需が減少したから」が59.3%と最も高くなり、次いで「新型コロナウイルス感染症の影響で」が37.0%、「時期的、季節的な要因で」が25.9%となった。
- 3ヵ月後（3月）の見通し**は、「上昇・好転」が10.6ポイント上昇して30.4%、「下降・悪化」が10.6ポイント下降して15.6%となり、**DIは21.2ポイント上昇して14.8**となった。
- 12月の前年同月比**は、「上昇・好転」が1.2ポイント下降して32.3%、「下降・悪化」が4.5ポイント下降して23.7%となり、**DIは3.3ポイント上昇して8.6**となった。
 業種別DIは、製造業で13.4ポイント上昇して26.7となり、非製造業で4.0ポイント下降して-4.7となった。

注：ネットモニター調査は、2019年4月から大阪市経済戦略局と（公財）大阪産業局が共同実施しており、両調査の回答を集約のうえ、とりまとめて結果を公表しております。

図 A 景況判断

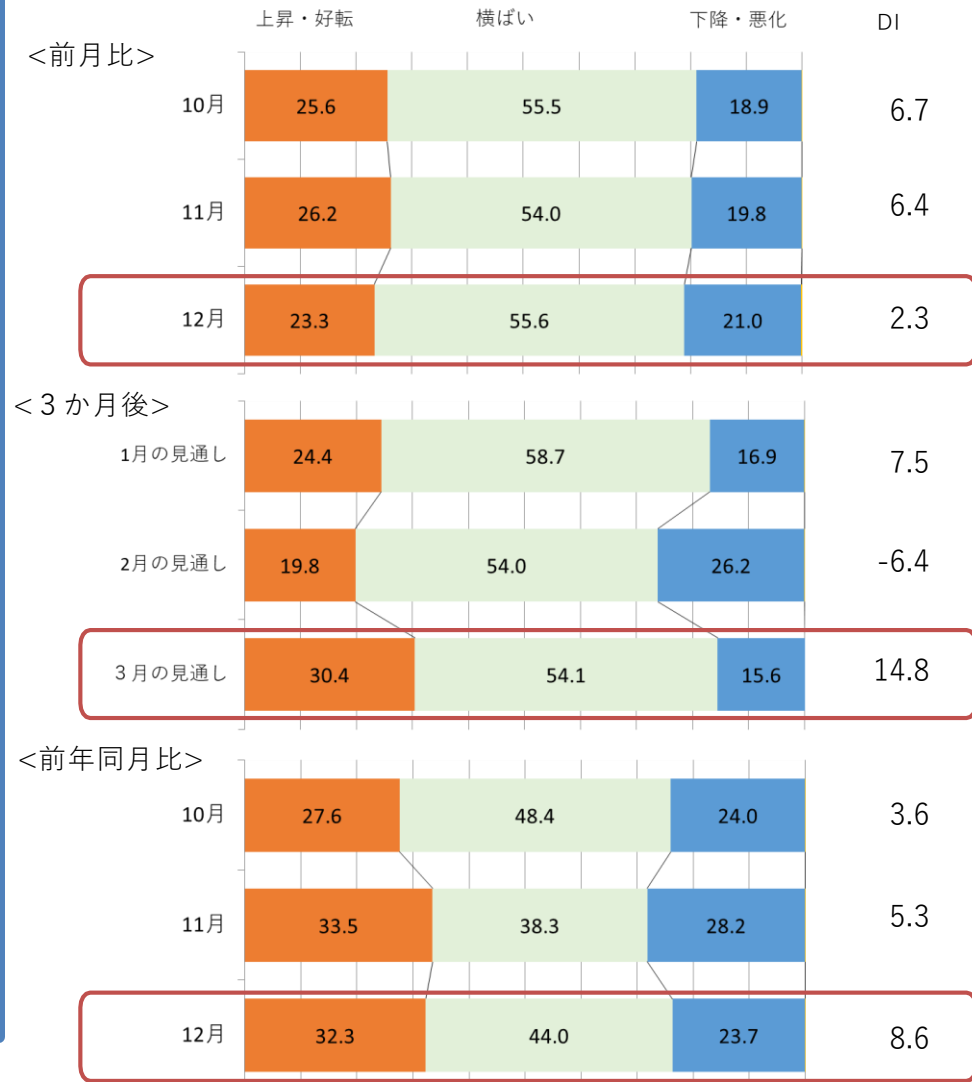
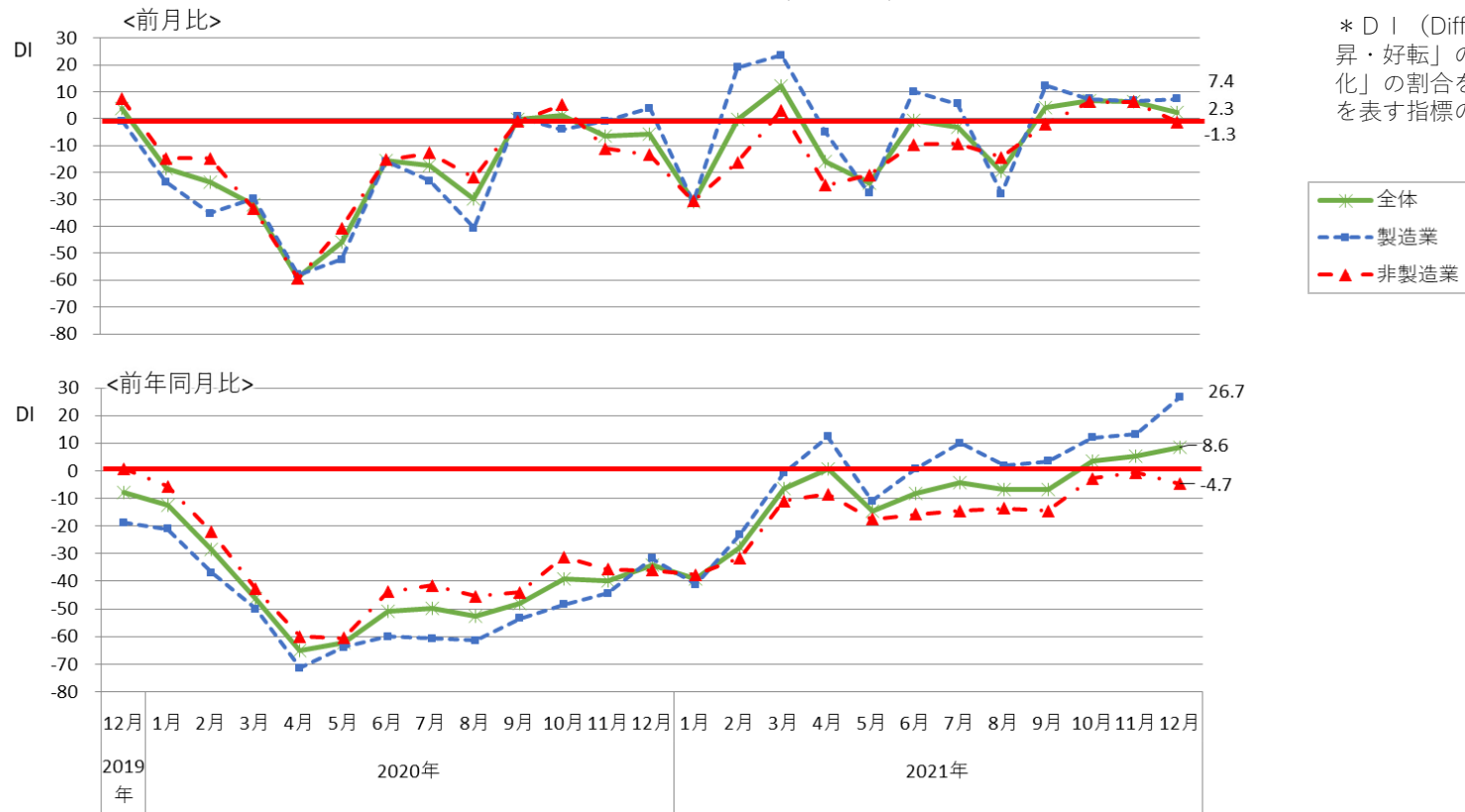


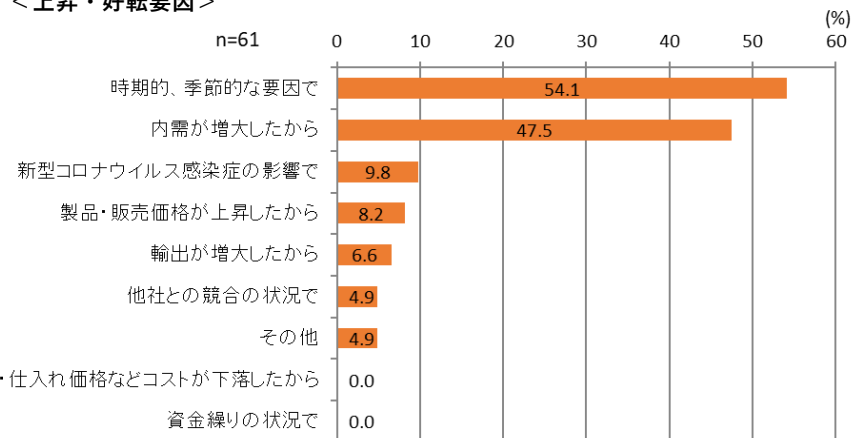
図 B 景況DIの推移（業種別）



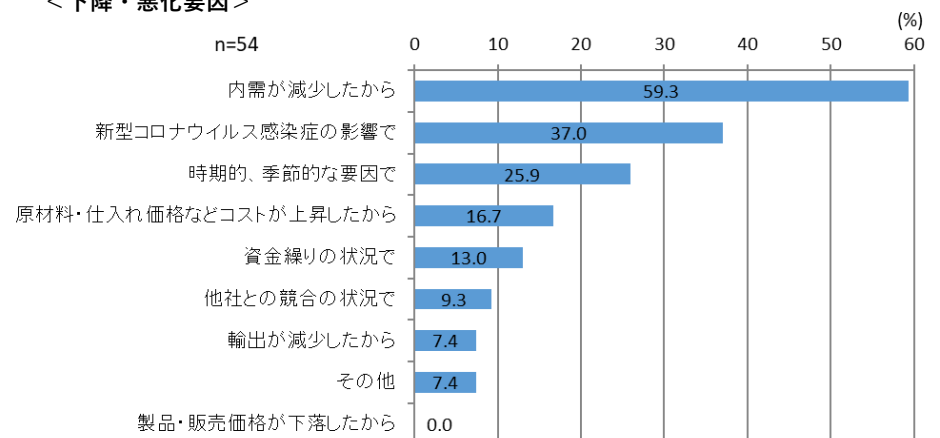
* DI（Diffusion Index）は、「上昇・好転」の割合から、「下降・悪化」の割合を引いた数字。景気動向を表す指標のひとつ。

図 C 前月比景況変化の理由

<上昇・好転要因>



<下降・悪化要因>



《新型コロナウイルス感染症の拡大によるビジネスへの影響》図D

< 全体 >

- 「マイナスの影響が持続」は46.7%、「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は20.7%となった。
- 「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は18.2%となった。

< 業種別 >

- 「マイナスの影響が持続」は、製造業で48.0%、非製造業で45.9%となり、製造業、非製造業とも5割を下回った。
- 「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は、製造業で28.5%、非製造業で15.3%と、製造業が13.2ポイント上回った。
- 「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は、製造業で13.8%、非製造業で21.6%となり、非製造業が7.8ポイント上回った。

< 規模別 >

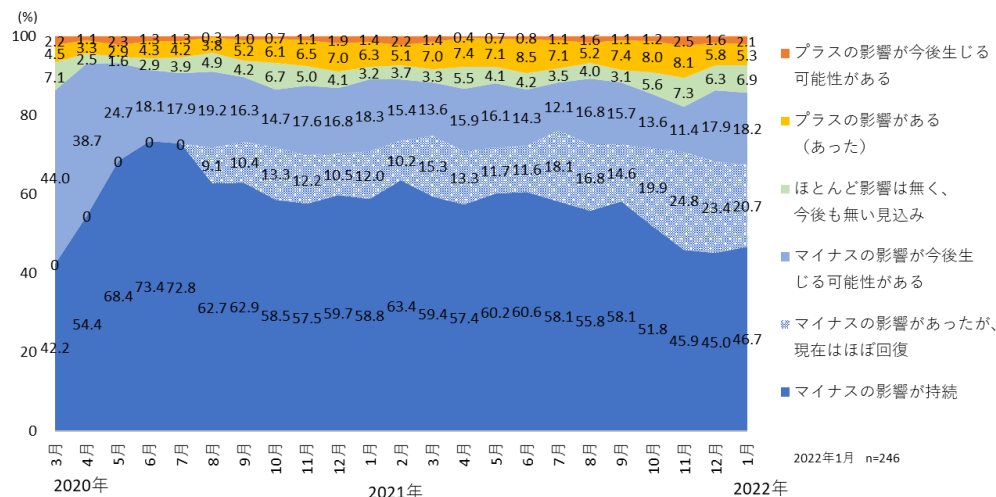
- 「マイナスの影響が持続」は、規模が小さい程高く、0-5人で54.6%と5割を超えた。
- 「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は、規模が大きいほど高く、101人以上で37.9%となった。
- 「マイナスの影響が今後生じる可能性がある」は、6-20人で24.6%と最も高く、101人以上で10.8%と最も低くなった。

図D 新型コロナウイルス感染症の拡大によるビジネスへの影響

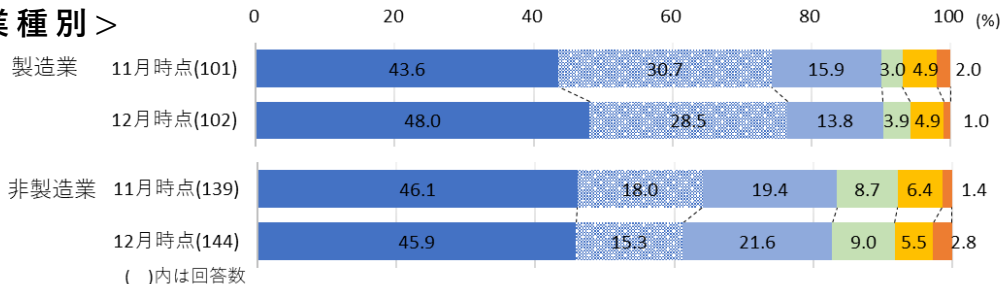
※「マイナスの影響があったが、現在はほぼ回復」は2020年8月から選択肢に追加。

※「わからない」という回答を除く集計。

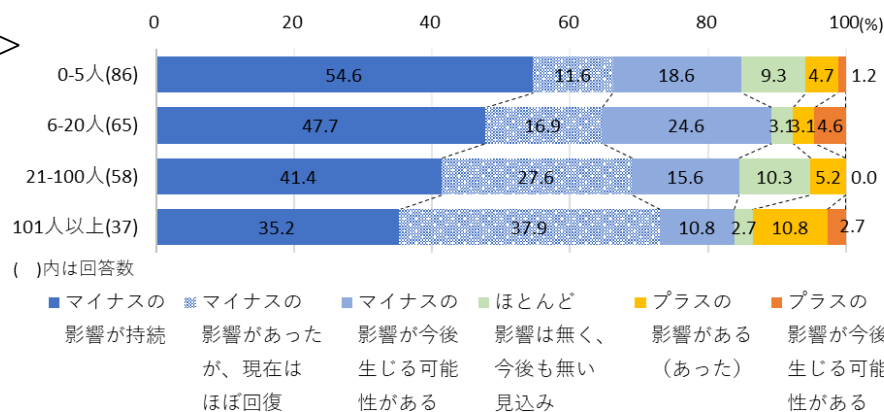
< 全体 >



< 業種別 >



< 規模別 >



《2021年12月売上高の対前年同月比》図E

< 全体 >

- 12月の売上高の対前年同月比をみると、“減少”は前回調査から1.3ポイント上昇して39.7%となった。
- 減少率別にみると、「10～20%未満」が12.6%と最も高くなり、「10%未満」「20～50%未満」がともに約11%、「50%以上」が4.7%となった。

< 業種別 >

- 売上高が“減少”したのは、製造業で32.4%、非製造業で44.9%となり、非製造業が12.5ポイント上回った。
- “増加”は、製造業で45.4%、非製造業で31.9%となり、製造業が13.5ポイント上回った。

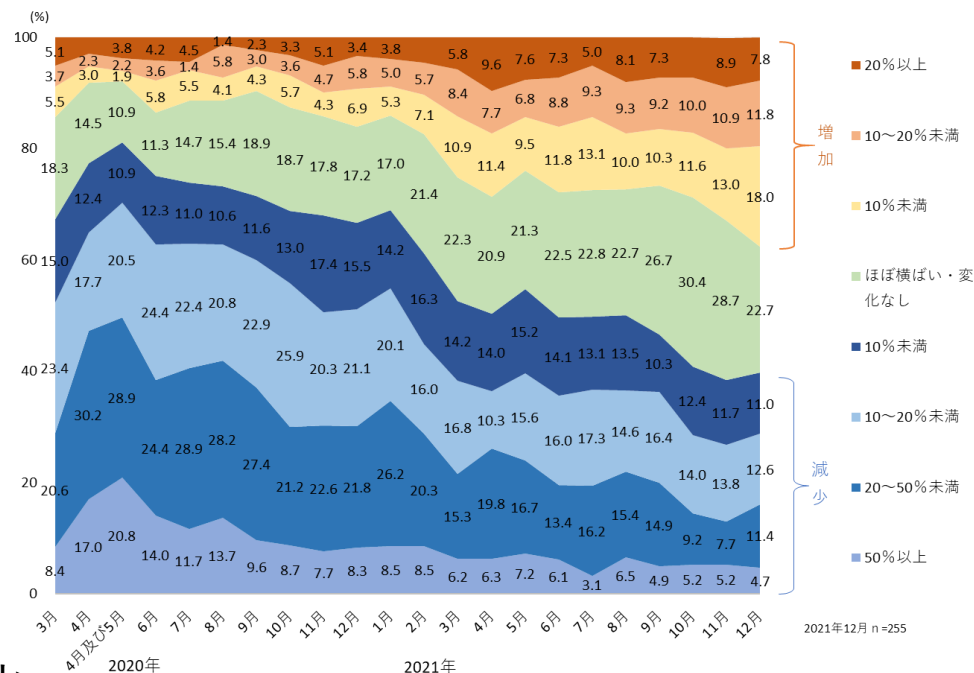
< 規模別 >

- 売上高が“減少”したのは、規模が小さいほど高く、0-5人で50.5%と5割を超えた。次いで、6-20人で43.0%となった。
- 「50%以上」の減少をみると、0-5人で12.1%と1割を超えた。
- “増加”は、規模が大きいほど高く、101人以上で52.6%、21-100人で52.4%と5割を超えた。一方、6-20人で32.3%、0-5人で25.3%と、約3割となった。

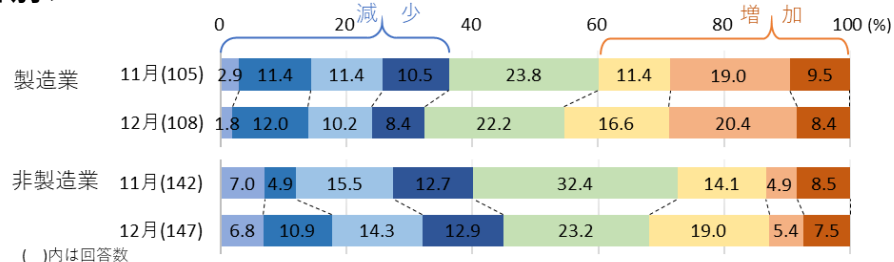
図E 2021年12月売上高の対前年同月比

※「わからない」という回答を除く集計。

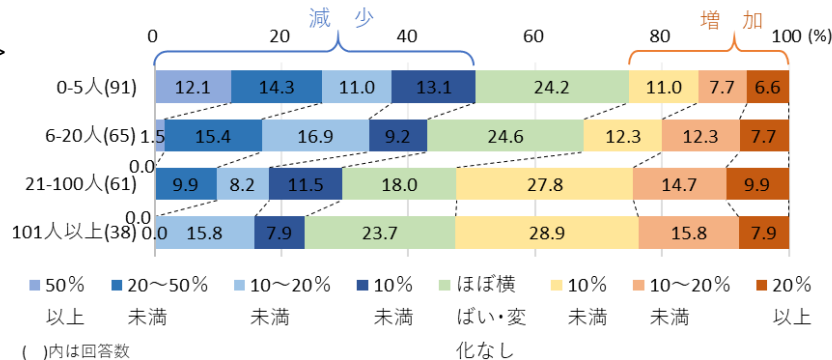
< 全体 >



< 業種別 >



< 規模別 >



図F 貴社におけるマイナスの影響（複数回答）

2020年5月時点以降は図Dにおいて、「マイナスの影響が持続」と回答した人のみの集計

<全体・2020年3月～2022年1月の推移>



《貴社におけるマイナスの影響》 図F

<全体>

- 「取引先企業（国内）からの受注減により、生産・販売が減少」が56.5%と突出して高くなった。続いて「出張の自粛・制限等による商談等の遅れ」が33.9%、「展示会やイベントの延期・中止等」が33.0%、「外出手控えにより、生産・販売が減少」が23.5%となった。
- 原材料等の調達に関わる影響をみると、「海外からの原材料、部品、商品等の調達難により、生産・販売が減少」が6.7ポイント下降して17.4%となり、「国内からの原材料、部品、商品等の調達難により、生産・販売が減少」が3.9ポイント下降して18.3%となった。「原材料、部品、商品などの代替品調達によるコスト増」は横ばいの22.6%となった。
- このほか、前回からの変化が大きいものをみると、「資金繰りの悪化」が6.5ポイント下降して13.9%となった。

<その他の主な内容>

- 在庫量の減少及び出荷量の減少
- 公共工事の遅れ

《直面する経営課題》 図G

<全体>

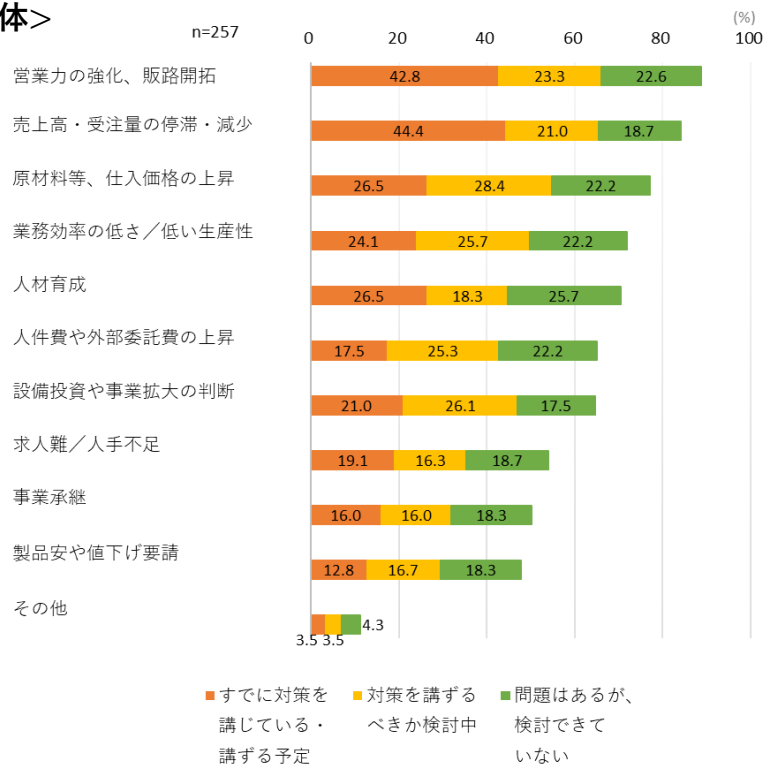
- 経営課題では、「営業力の強化、販路開拓」が88.7%と最も高く、次いで、「売上高・受注量の停滞・減少」が84.1%となった。
- 「すでに対策を講じている・講ずる予定」をみると、「売上高・受注量の停滞・減少」が44.4%と最も高く、「対策を講ずるべきか検討中」をみると、「原材料等、仕入価格の上昇」が28.4%と最も高くなった。

<業種別>

- 「すでに対策を講じている・講ずる予定」をみると、製造業では、「売上高・受注量の停滞・減少」が49.5%、非製造業では、「売上高・受注量の停滞・減少」、「営業力の強化、販路開拓」がともに40.5%と最も高くなった。
- 「対策を講ずるべきか検討中」をみると、製造業では、「原材料等、仕入価格の上昇」が32.1%、非製造業では、「業務効率の低さ／低い生産性」が26.4%と最も高くなった。

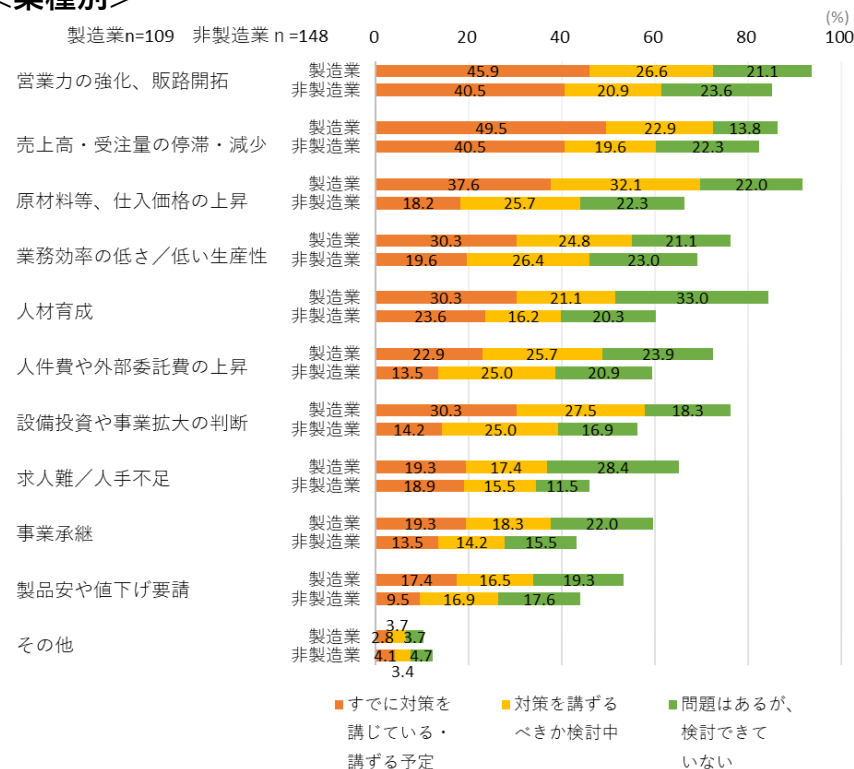
図G 直面する経営課題

<全体>



注：「問題ない」とする回答はグラフに表示していない。

<業種別>



注：「問題ない」とする回答はグラフに表示していない。

図 G 直面する経営課題

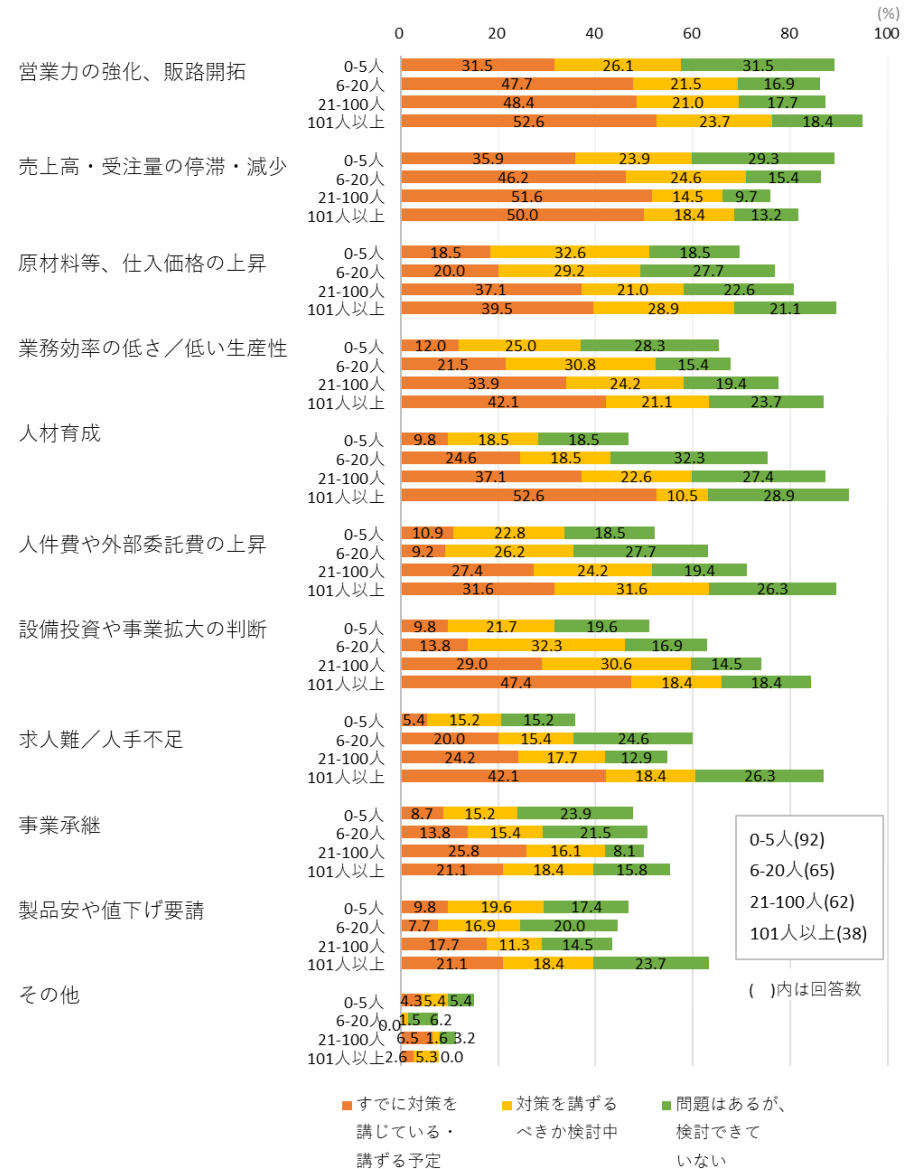
《直面する経営課題》図G(続き)

<規模別>

- 「営業力の強化、販路開拓」は、規模にかかわらず約9割となった。このうち、「すでに対策を講じている・講ずる予定」をみると、0-5人が31.5%と最も低く6人以上の規模では約5割となった。
- 「売上高・受注量の停滞・減少」は、0-5人が89.1%と最も高くなった。このうち「すでに対策を講じている・講ずる予定」をみると、0-5人が35.9%と最も低く、「問題はあるが、検討できていない」も29.3%と最も高くなった。
- 「原材料等、仕入価格の上昇」は、規模が大きいほど高く、101人以上で89.5%となった。このうち、「すでに対策を講じている・講ずる予定」は、21-100人および101人以上では約4割、0-5人および6-20人では約2割となった。
- 「業務効率の低さ／低い生産性」、「人材育成」、「設備投資や事業拡大の判断」は、規模が大きいほど高くなった。また、これらのうち、「すでに対策を講じている・講ずる予定」も、規模が大きいほど割合が高くなる傾向が見られた。
- 「事業承継」は規模にかかわらず約5割となった。「すでに対策を講じている・講ずる予定」は、21-100人および101人以上で2割を超えたが、0-5人および6-20人では約1割となった。

<規模別>

注 「問題ない」とする回答はグラフに表示していない



《2022年に注力する経営力強化に向けた取組み(3つまでの複数回答)》図H

<全体>

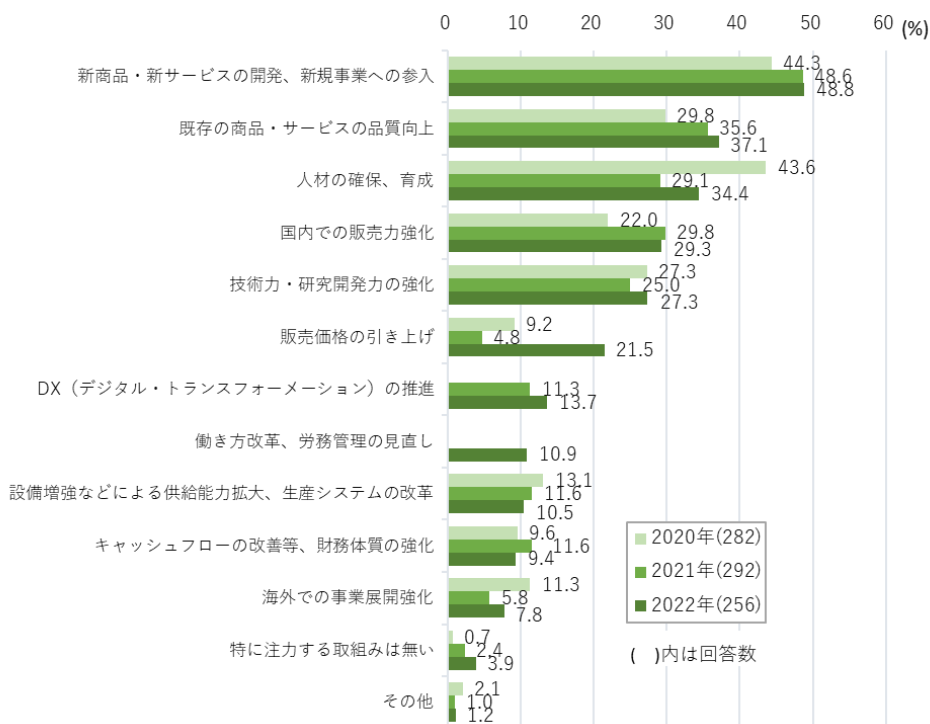
- 「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が48.8%と最も高く、次いで、「既存の商品・サービスの品質向上」が37.1%となった。
- 前年調査からの変化が大きかったのは、「販売価格の引き上げ」で、16.7ポイント上昇して21.5%となり、次いで、「人材の確保、育成」で、5.3ポイント上昇して34.4%となった。

<業種別>

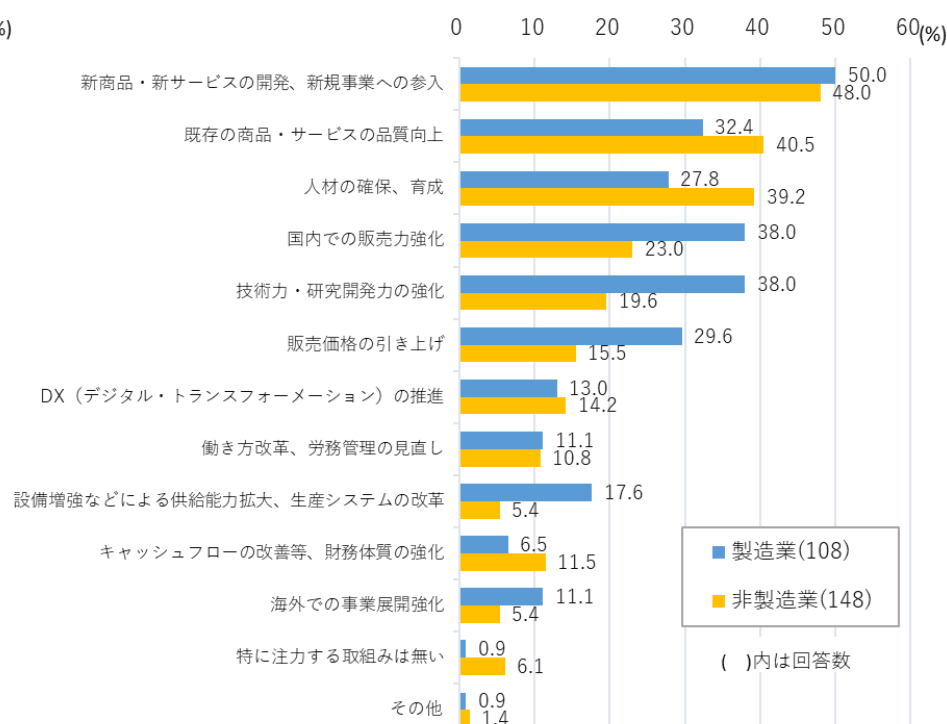
- 製造業では、「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が50.0%で最も高く、次いで「国内での販売力強化」、「技術力・研究開発力の強化」がともに38.0%となった。
- 非製造業では、「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が48.0%で最も高く、次いで「既存の商品・サービスの品質向上」が40.5%、「人材の確保、育成」が39.2%となった。

図H 2022年に注力する経営力強化に向けた取組み（3つまでの複数回答）

<全体>



<業種別>



注：「DX（デジタル・トランスフォーメーション）の推進」は2021年以降、「働き方改革、労務管理の見直し」は2022年のみ。

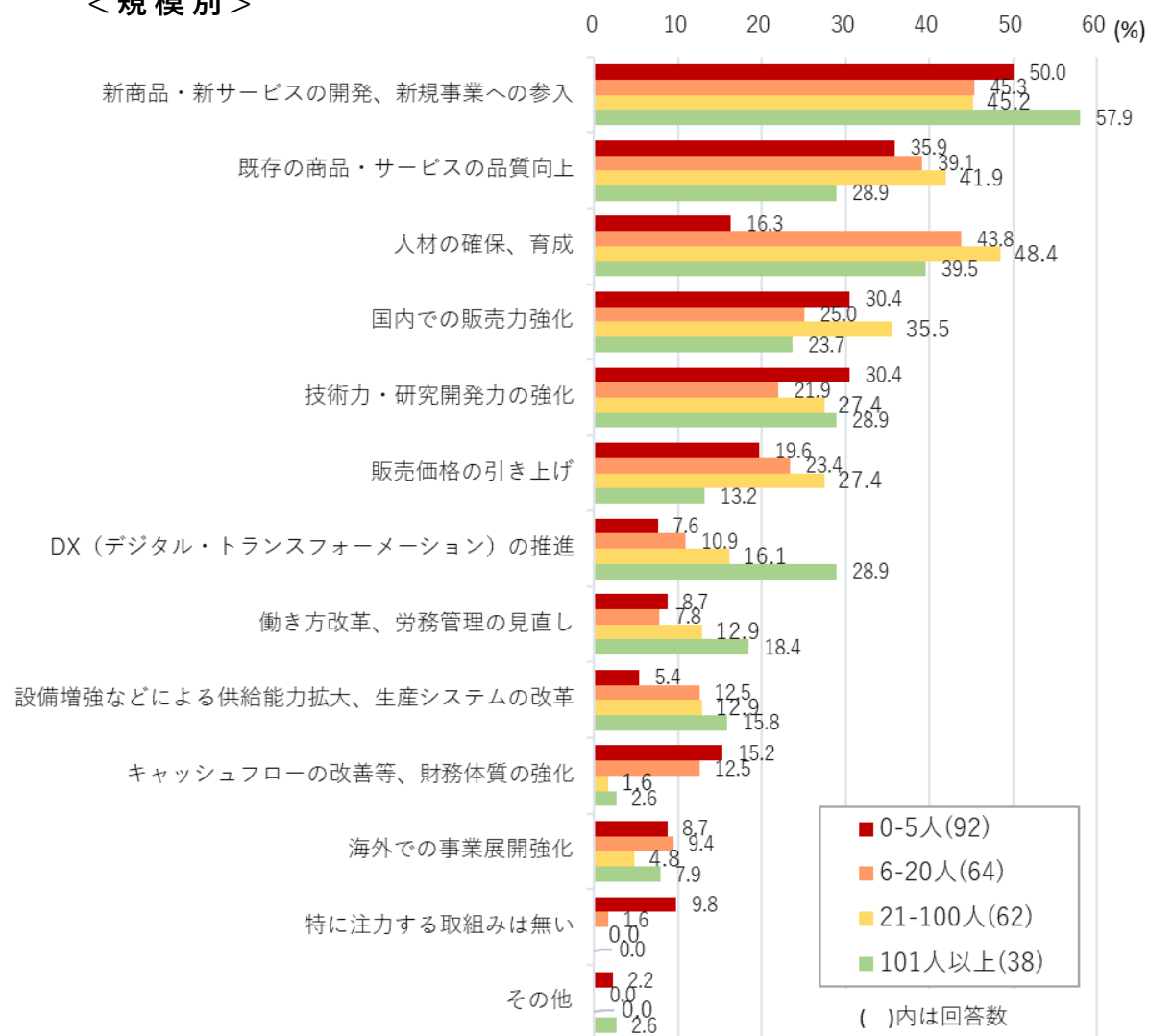
《2022年に注力する経営力強化に向けた取組み》 図H（続き）

<規模別>

- 0-5人では、「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が50.0%で最も高く、次いで「既存の商品・サービスの品質向上」が35.9%、「国内での販売力強化」が30.4%となった。
- 6-20人では、「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が45.3%で最も高く、次いで「人材の確保、育成」が43.8%、「既存の商品・サービスの品質向上」が39.1%となった。
- 21-100人では、「人材の確保、育成」が48.4%、「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が45.2%で最も高く、次いで「既存の商品・サービスの品質向上」が41.9%、「国内での販売力強化」が35.5%となった。
- 101人以上では、「人材の確保、育成」が39.5%、「新商品・新サービスの開発、新規事業への参入」が28.9%で最も高く、次いで「既存の商品・サービスの品質向上」が27.4%となった。

図H 2022年に注力する経営力強化に向けた取組み
(3つまでの複数回答)

<規模別>



《資金繰りDIの推移》図K

<全体>

- 資金繰りについて、「順調（良い）」の割合から「逼迫（悪い）」の割合を差し引いた資金繰りDIは、7.1ポイント上昇して25.7となった。

<業種別>

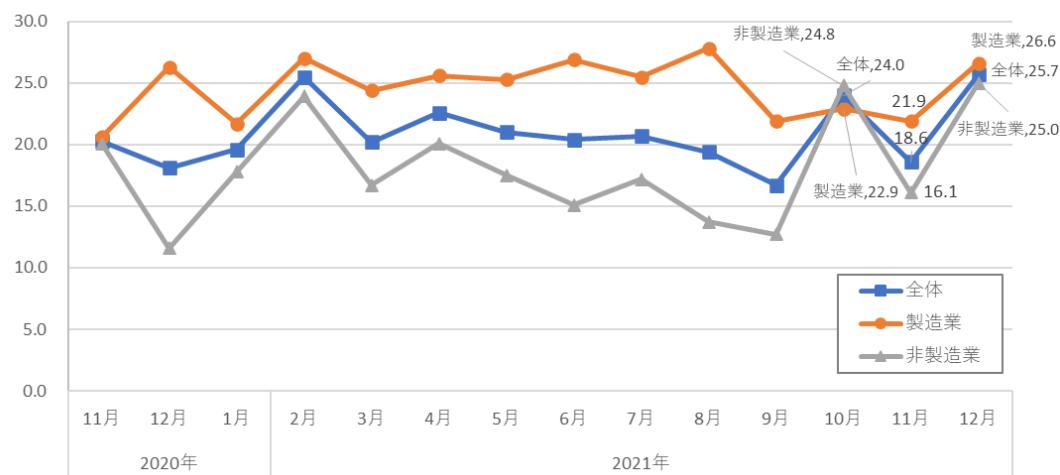
- 製造業では、DIは、4.7ポイント上昇して26.6となった。
- 非製造業では、DIは、8.9ポイント上昇して、25.0となった。

<規模別>

- 0-5人では、DIは、8.6ポイント上昇して1.1となった。
- 6-20人では、DIは、12.4ポイント上昇して23.1となった。
- 21-100人では、DIは、8.1ポイント上昇して59.7となった。
- 101人以上では、DIは、4.0ポイント下降して34.2となった。

図K 資金繰りDIの推移

<全体・業種別>



<規模別>

