

中小企業における2023年の景気予想と経営方針等

～ 国内景気、自社売上ともに、前年から下げるもプラスを維持
経営方針、2年連続で「攻め」が「守り」を上回る ～

政府が発表した12月の月例経済報告によると、国内景気は企業の景況感改善や個人消費が堅調なことを踏まえ、総括判断を「緩やかに持ち直している」に据え置いた。一方、中小企業では長引くコロナ禍の影響や原材料価格等の高騰などにより、厳しい状況が続いている。さらに、ウクライナ問題の長期化等によるサプライチェーンの混乱、インフレ懸念、環境問題など先行き不透明感が払拭されないなか、中小企業経営者は2023年の国内景気や自社の業況等についてどのように予想しているのか、取引先企業を対象としてアンケート調査を実施した。

- 調査時点：2022年12月上旬
- 調査依頼先数：1,400社
- 調査対象：大阪シティ信用金庫取引先企業（大阪府内）
- 有効回答数：1,274社
- 調査方法：聞き取り法
- 有効回答率：91.0%

業種	従業員				計	構成比
	5人未満	5～19人	20～49人	50人以上		
製造業	126社	238社	86社	26社	476社	37.3%
卸売業	51	70	14	5	140	11.0%
小売業	81	50	12	3	146	11.5%
建設業	79	123	16	4	222	17.4%
運輸・通信業	6	36	18	12	72	5.7%
サービス業	118	73	18	9	218	17.1%
計	461	590	164	59	1,274	100.0%
構成比	36.2%	46.3%	12.9%	4.6%	100.0%	—

(注) 小売業には「飲食店」、サービス業には「不動産業」を含みます。

(要旨)

1. 2023年の見通し

(1) 2023年の景気予想

「良くなる」と予想する企業は25.5%、「悪くなる」は24.1%となった。「良くなる」から「悪くなる」を差し引いた「景気予想DI」は1.4となり、前年調査(13.6)から12.2ポイント低下したもののプラスを維持した。

(2) 2023年の自社売上見通し

「増加する」と答えた企業は41.3%、「減少する」が12.7%となった。「増加」から「減少」を差し引いた2023年の「売上見通しDI」は28.6となり、昨年が続いて明るい見通しとなった。

(3) 2023年の経営上の不安要素

「原材料等の価格の上昇」が77.7%で最も多く、一番の不安要素となっている。次いで「消費・需要の低迷」が59.5%となった。

2. 2023年の経営方針

(1) 「攻め」か「守り」か

「思い切った攻め」とする企業は7.8%、「どちらかといえば攻め」が44.6%で、これら「攻めの経営」とする企業は52.4%となった。「攻め」の割合が「守り」を上回るのは2年連続で、前年より1.5ポイント上回った。

(2) 「攻めの経営」の具体策

「販路開拓の強化」が73.4%で最も多い。次いで、「生産効率の改善」が36.1%、「③商品開発」が33.7%が続いている。

(3) 「守りの経営」の具体策

「諸経費の削減」が64.1%で圧倒的に多い。以下、「資産等の圧縮」(19.7%)、「製品等の整理・縮小」(14.2%)、「採用控え・減員」(12.7%)と続いている。「とくに施策を講じる予定はない」も15.2%みられた。

3. 自社の経営について

(1) 自社の将来像（ビジョン）

「具体的かつ明確に持っている」とした企業割合が24.4%、「明確とはいえないが持っている」が63.3%、これらを合わせた「持っている」とした企業が87.7%と、大半の企業が目指すべき将来像を持って経営している。

(2) 自社の経営上の強み

「設備・技術力」が54.2%、「人材」が53.5%となった。以下、「③企画力・アイデア」(29.8%)、「④データ(情報)」(21.4%)と続く。

1. 2023年の見通し

(1) 景気予想

まず、すべての企業に対し、2023年の国内景気は、前年(2022年)に比べてどうなると予想するか聞いた結果が第1表-(1)である。

全体で見ると、昨年より「①良くなる」と予想する企業は前年調査と比べて7.0ポイント低下の25.5%、「③悪くなる」は同5.2ポイント上昇の24.1%であった。「良くなる」から「悪くなる」を差し引いた「景気予想DI」は1.4と、前年調査(13.6)から12.2ポイント低下したものの、プラスを維持した。

業種別にみると、「景気予想DI」は、卸売業(▲0.7)と小売業(▲0.7)を除く4業種でプラスとなった。また、建設業が5.0と他の業種と比べて高くなっている。

従業員規模別にみると、「景気予想DI」は5人未満では▲2.2とマイナスとなった一方、20～49人では12.8となり、規模による差が大きくなっている。

第1表-(1) 2023年の景気予想

(%)

区分		項目	① 良くなる	②横ばい	③悪くなる	計	景気予想DI ①-③
業 種 別	製 造 業		24.6	51.6	23.8	100.0	0.8(12.7)
	卸 売 業		27.1	45.1	27.8	100.0	▲0.7(6.7)
	小 売 業		22.6	54.1	23.3	100.0	▲0.7(17.8)
	建 設 業		28.0	49.0	23.0	100.0	5.0(18.6)
	運輸・通信業		25.0	51.4	23.6	100.0	1.4(7.0)
	サービス業		26.1	50.0	23.9	100.0	2.2(16.6)
規 模 別	5人未満		23.2	51.4	25.4	100.0	▲2.2(0.4)
	5～19人		25.4	49.7	24.9	100.0	0.5(20.0)
	20～49人		32.3	48.2	19.5	100.0	12.8(19.5)
	50人以上		25.4	57.6	17.0	100.0	8.4(38.0)
全 体			25.5	50.4	24.1	100.0	1.4
2021年12月調査			32.5	48.6	18.9	100.0	13.6
2020年12月調査			19.0	36.6	44.4	100.0	▲25.4
2019年12月調査			18.8	47.4	33.8	100.0	▲15.0

()内は2021年12月調査における2022年予想

(2) 自社売上見通し

すべての企業に対し、2023年の自社売上は、前年(2022年)に比べてどうなる見通すか聞いた結果が第1表-(2)である。

全体で見ると、「①増加する」と答えた企業は前年調査と比べ1.3ポイント低下の41.3%、「③減少する」が同1.5ポイント上昇の12.7%となった。「増加」から「減少」を差し引いた2023年の「売上見通しDI」は28.6となった。

前項1-(1)の景気予想DIは1.4であったが、売上見通しでは強気となり、前年調査の同DI(31.4)から2.8ポイント低下したものの、昨年が続いて明るい見通しとなった。

業種別にみると、建設業が「増加する」とした企業割合で47.7%、売上見通しDIが38.2と他の業種と比べて最も高くなっている。

従業員規模別にみると、売上見通しDIは規模が大きいほど高くなる傾向がみられ、5人未満の21.0に対し、50人以上では59.3となっている。

第1表-(2) 2023年の自社売上見通し

(%)

区分		項目	①増加する	②横ばい	③減少する	計	売上見通しDI ①-③
業種別	製造業		38.9	47.1	14.0	100.0	24.9(32.4)
	卸売業		43.6	44.3	12.1	100.0	31.5(29.1)
	小売業		38.4	45.2	16.4	100.0	22.0(37.4)
	建設業		47.7	42.8	9.5	100.0	38.2(29.1)
	運輸・通信業		41.7	44.4	13.9	100.0	27.8(24.7)
	サービス業		40.3	48.7	11.0	100.0	29.3(31.7)
規模別	5人未満		34.9	51.2	13.9	100.0	21.0(18.7)
	5~19人		40.2	45.2	14.6	100.0	25.6(36.0)
	20~49人		56.7	35.4	7.9	100.0	48.8(42.0)
	50人以上		59.3	40.7	0	100.0	59.3(54.0)
全体			41.3	46.0	12.7	100.0	28.6
2021年12月調査			42.6	46.2	11.2	100.0	31.4
2020年12月調査			23.9	47.5	28.6	100.0	▲4.7
2019年12月調査			31.1	49.0	19.9	100.0	11.2

()内は2021年12月調査における2022年予想

(3) 経営上の不安要素

自社の経営上、今後の不安要素は何か、すべての企業に聞いた結果(複数回答)が第1表-(3)である。

全体で見ると、「①原材料等の価格の上昇」が77.7%で最も多く、一番の不安要素となっている。次いで「②消費・需要の低迷」が59.5%、以下、「③人手不足、人材確保難」が34.6%、「④人件費など諸経費の増加」が30.8%と続く。

業種別にみると、「原材料等の価格の上昇」とする企業割合は、卸売業(85.7%)、製造業(84.8%)でとくに高くなっている。

第1表-(3) 2023年の経営上の不安要素 (％、複数回答)

区分		項目	①原材料 価格上昇	②消費 低迷	③人手 不足	④経費増	⑤為替 変動	⑥値引き 要請	⑦国際 情勢	⑧金融 動向
業 種 別	製 造 業		84.8	62.2	31.0	31.6	29.5	19.8	17.3	13.1
	卸 売 業		85.7	67.1	23.6	18.6	26.4	16.4	17.9	12.1
	小 売 業		79.5	61.0	24.7	31.5	13.0	6.8	9.6	4.8
	建 設 業		75.6	52.0	48.4	39.4	14.5	15.8	10.4	14.0
	運輸・通信業		77.8	50.0	59.7	37.5	20.8	18.1	8.3	9.7
	サービス業		58.3	58.3	33.9	25.7	10.1	13.8	11.5	22.0
規 模 別	5人未満		71.4	61.0	21.7	23.9	14.1	15.8	12.4	13.2
	5～19人		81.3	60.7	39.6	32.0	21.4	16.5	13.4	13.3
	20～49人		82.2	50.3	48.5	44.2	35.6	17.8	17.8	17.2
	50人以上		79.7	61.0	47.5	37.3	27.1	10.2	16.9	8.5
全 体			77.7	59.5	34.6	30.8	20.8	16.1	13.8	13.5
2021年12月調査			69.3	55.7	27.6	23.5	5.6	16.8	10.5	9.2
2020年12月調査			28.9	74.3	24.1	22.6	4.4	18.3	9.3	11.2
2019年12月調査			35.0	51.3	47.9	23.2	4.6	18.1	10.0	10.5

①原材料・商品・燃料等の価格の上昇

②国内の消費低迷、需要不足（売上の低迷、伸び悩み）

③人手不足、人材確保難

④人件費など諸経費の増加

⑤為替相場の変動（円高、円安）

⑥取引先等からの値引き要請等、デフレ圧力

⑦国際情勢（米・中、東南アジアなど諸外国の経済動向等）

⑧金融動向（金利上昇、調達難）

2. 2023年の経営方針

(1) 「攻め」か「守り」か

2023年の自社の経営方針を「攻め」か「守り」(具体的イメージは下記参照)で言い表すといずれになるか、すべての企業に聞いた結果が第2表-(1)である。

全体でみると、「①思い切った攻め」とする企業は7.8%、「②どちらかといえば攻め」が44.6%で、これら「攻めの経営」とする企業は52.4%となった。一方、「③どちらかといえば守り」(42.7%)と「④徹底した守り」(4.9%)を合わせた「守りの経営」は47.6%である。

「攻め」の割合が「守り」を上回るのは2年連続で、前年より1.5ポイント上回った。コロナ禍による行動制限が緩和され、インバウンドの回復が見込めるとともに、2025年「大阪・関西万博」への動きが本格化することなどから、「攻め」に出る企業が増えたと考えられる。

業種別にみると、「攻めの経営」とする企業割合は、建設業が59.9%と高くなった一方、小売業(41.7%)では5割を切った。

従業員規模別にみると、「思い切った攻め」とする企業割合は規模が大きいほど高くなる傾向があり、5人未満の6.5%に対し、50人以上では16.9%となっている。

第2表-(1) 「攻め」か「守り」か

(%、ポイント)

区分	項目	①思い切った攻め	②どちらかといえば攻め	③どちらかといえば守り	④徹底した守り	計	(%、ポイント)	
							攻め①+②	同前年比
業種別	製造業	7.6	44.1	42.6	5.7	100.0	51.7	4.7
	卸売業	7.9	42.9	44.9	4.3	100.0	50.8	2.4
	小売業	7.5	34.2	49.4	8.9	100.0	41.7	▲9.8
	建設業	8.1	51.8	38.3	1.8	100.0	59.9	1.8
	運輸・通信業	8.3	47.2	40.3	4.2	100.0	55.5	17.9
	サービス業	7.8	45.9	42.2	4.1	100.0	53.7	▲6.0
規模別	5人未満	6.5	32.5	52.8	8.2	100.0	39.0	▲3.7
	5～19人	7.6	48.2	41.0	3.2	100.0	55.8	2.4
	20～49人	8.5	65.9	23.2	2.4	100.0	74.4	15.9
	50人以上	16.9	45.8	35.6	1.7	100.0	62.7	▲7.3
全体		7.8	44.6	42.7	4.9	100.0	52.4	1.5
2021年12月調査		7.1	43.8	43.5	5.6	100.0	50.9	8.7
2020年12月調査		5.7	36.5	48.9	8.9	100.0	42.2	▲9.5
2019年12月調査		5.6	46.1	44.1	4.2	100.0	51.7	0.9

【「攻め」と「守り」の具体的なイメージ】

「攻めの経営」

事業の拡大・多角化を目的とする新製(商)品・サービス等の開発・取り扱い、新設・更新などの設備投資、新卒・中途採用の実施など。

「守りの経営」

事業の拡大・多角化を目的とする諸施策を自粛するほか、減員・減産、販路縮小、取扱製(商)品・サービスの絞り込み、設備・資産の処分など。

(2) 「攻めの経営」の具体策

前項2-(1)で、2023年における自社の経営方針のイメージを「攻め」と答えた企業(全体の52.4%、668社)に対し、その具体策について聞いた結果(複数回答)が第2表-(2)である。

全体で見ると、「①販路開拓の強化」が73.4%で最も多い。次いで、「②生産効率の改善」が36.1%、「③商品開発」が33.7%で続いている。

業種別にみると、すべての業種で「①販路開拓の強化」の割合が最も高くなっており、とくに建設業(83.3%)と卸売業(81.7%)で8割を超えている。

具体策ごとの1位の業種をみると、「②生産効率の改善」は製造業(46.9%)、「③商品開発」と「⑥事業の多角化」は卸売業(42.3%、16.9%)、「④設備投資」と「⑤採用による増員」は運輸・通信業(38.5%、41.0%)と業種ごとにバラツキがある。

従業員規模別にみると、「①販路開拓の強化」は規模が大きいほど割合が低くなる一方、「②生産効率の改善」と「③商品開発」は高くなる傾向がある。

第2表-(2) 「攻めの経営」の具体策

(%、複数回答)

区分		項目	①販路開拓の強化	②生産効率の改善	③商品開発	④設備投資	⑤採用による増員	⑥事業の多角化
業種別	製造業		69.8	46.9	41.2	34.7	16.3	6.1
	卸売業		81.7	23.9	42.3	9.9	12.7	16.9
	小売業		67.2	32.8	41.0	19.7	8.2	11.5
	建設業		83.3	28.8	19.7	13.6	14.4	6.1
	運輸・通信業		69.2	38.5	17.9	38.5	41.0	12.8
	サービス業		69.2	29.9	29.9	11.1	21.4	4.3
規模別	5人未満		75.4	29.1	30.2	11.7	10.6	7.8
	5～19人		74.9	35.2	31.2	21.4	18.3	5.8
	20～49人		69.7	41.0	42.6	37.7	22.1	13.9
	50人以上		62.2	62.2	43.2	35.1	21.6	5.4
全体			73.4	36.1	33.7	22.6	17.1	7.8
2021年12月調査			68.4	36.8	33.9	19.5	15.9	7.4

①販路開拓の強化

②生産効率の改善、販売方法の変更

③製(商)品・サービス等の高付加価値化、新規取扱・開発

④設備投資の実施(新設・増設・更新、省力化・効率化投資等)

⑤正社員・パート等の採用による増員

⑥新業種・業態への進出など事業の多角化

(3) 「守りの経営」の具体策

前項2-(1)で、2023年における自社の経営方針のイメージを「守り」と答えた企業(全体の47.6%、606社)に対し、その具体策について聞いた結果(複数回答)が第2表-(3)である。

全体で見ると、「①諸経費の削減」が64.1%で圧倒的に多い。以下、「②資産等の圧縮」(19.7%)、「③製品等の整理・縮小」(14.2%)、「④採用控え・減員」(12.7%)と続いている。なお、「⑥とくに施策を講じる予定はない」も15.2%みられた。

「守り」の具体策としては、積極策を控える企業が多く、具体的に何らかのリストラ策を講じる企業は限定的となっている。

第2表-(3)「守りの経営」の具体策 (％、複数回答)

区分		項目	①諸経費の削減	②資産等の圧縮	③製品等の整理・縮小	④採用控え・減員	⑤減産等の業容縮小	⑥対策を講じない
業 種 別	製 造 業		66.5	28.3	14.3	14.8	12.6	11.7
	卸 売 業		69.6	15.9	36.2	11.6	15.9	7.2
	小 売 業		58.8	7.1	16.5	12.9	7.1	20.0
	建 設 業		70.8	18.0	5.6	14.6	4.5	14.6
	運輸・通信業		71.9	18.8	6.3	9.4	18.8	9.4
	サービス業		51.0	15.0	7.0	8.0	11.0	27.0
規 模 別	5人未満		61.6	13.5	14.9	10.3	7.8	19.9
	5～19人		67.7	22.3	15.0	14.6	14.6	9.2
	20～49人		57.1	38.1	9.5	16.7	9.5	16.7
	50人以上		68.2	31.8	4.5	13.6	13.6	22.7
全 体			64.1	19.7	14.2	12.7	11.1	15.2
2021年12月調査			55.8	17.3	14.1	10.2	14.1	21.1

- ①諸経費の削減 (人件費を含む)
- ②設備投資の手控え、資産等の圧縮・処分
- ③取扱製(商)品・サービス等の整理・縮小
- ④採用の手控え、減員 (欠員の無補充、解雇など)
- ⑤減産、販路縮小など業容の縮小

3. 自社の経営について

(1) 自社の将来像（ビジョン）

すべての企業に対し、自社の将来像(ビジョン)を持っているかどうかを聞いた結果が第3表－(1)である。

全体でみると、「①具体的かつ明確に持っている」とした企業割合が24.4%、「②明確とはいえないが持っている」が63.3%、これらを合わせた「持っている」とした企業が87.7%と、大半の企業が目指すべき将来像を持って経営している。

業種別にみると、「持っている」とした企業割合は、運輸・通信業が97.2%と最も高い。

従業員規模別にみると、「持っている」企業割合は規模が大きいほど高くなる傾向があり、5人未満の76.4%に対し、50人以上では98.3%となっている。

第3表－(1) 自社の将来像(ビジョン)

区分		項目	①明確に持っている	②持っている	③持っていない	計	(%) 持っている (①+②)
業種別	製造業		26.1	62.8	11.1	100.0	88.9
	卸売業		28.6	58.5	12.9	100.0	87.1
	小売業		17.1	57.6	25.3	100.0	74.7
	建設業		19.8	69.8	10.4	100.0	89.6
	運輸・通信業		25.0	72.2	2.8	100.0	97.2
	サービス業		27.5	61.5	11.0	100.0	89.0
規模別	5人未満		12.1	64.3	23.6	100.0	76.4
	5～19人		25.1	68.1	6.8	100.0	93.2
	20～49人		41.5	54.2	4.3	100.0	95.7
	50人以上		66.1	32.2	1.7	100.0	98.3
全体			24.4	63.3	12.3	100.0	87.7

(2) 自社の経営上の強み

自社の経営上の強みについて、すべての企業に聞いた結果(複数回答)が第3表－(2)である。

全体で見ると、「①設備・技術力」が 54.2%、「②人材」が 53.5%となった。以下、「③企画力・アイデア」(29.8%)、「④データ(情報)」(21.4%)と続く。

業種別にみると、「①設備・技術力」を強みとした企業割合が最も高いのは、製造業(72.2%)、建設業(62.6%)で、それ以外の4業種は「②人材」が最も高い。

第3表－(2) 自社の経営上の強み

(%、複数回答)

区分		項目	①設備・技術力	②人材	③企画力・アイデア	④データ(情報)	⑤資金	⑥特にない
業種別	製造業		72.2	52.0	28.4	14.5	14.3	5.7
	卸売業		33.6	52.1	42.9	30.0	15.7	7.1
	小売業		32.2	41.1	33.6	18.5	8.2	12.3
	建設業		62.6	58.1	23.4	18.0	18.0	4.1
	運輸・通信業		63.9	68.1	25.0	18.1	13.9	4.2
	サービス業		31.2	56.4	29.8	37.6	17.9	11.0
規模別	5人未満		41.1	38.9	25.9	18.9	11.1	12.4
	5～19人		59.0	59.3	26.9	19.5	15.3	5.1
	20～49人		66.5	68.9	43.9	29.9	22.6	2.4
	50人以上		74.6	66.1	49.2	37.3	22.0	0
全体			54.2	53.5	29.8	21.4	15.0	7.1