経済指標

和歌山県内企業の業績状況［2023年度］

～コロナ禍からの持ち直しの動きが一服するも、価格転嫁の動きが一部で進む～

(一財)和歌山社会経済研究所
主任研究員
藤本 迪也

1．2023年度の県内外情勢を振り返る

○ 物価上昇の継続で個人消費の持ち直しの動きが鈍化

2020年以降、世界経済に大きな悪影響をもたらした新型コロナウイルス感染症は、2023年5月に感染症法上の「5類」（季節性インフルエンザ相当）に移行となった。国内の主要観光地では日本人・訪日外国人客が増加し、大きな賑わいをみせた。また、半導体の供給不足の緩和から新車販売台数も持ち直しの動きを見せるなど、個人消費は改善傾向を示した。ただし、所得の伸びが物価の伸びを下回ったため、その改善の勢いは弱い。

企業活動・雇用環境に関しては、上場企業の24年度業績が3期連続で過去最高益となり、賃上げの動きが拡大している。厚生労働省が公表している「民間主要企業春季賃上げ要求・妥結状況」によると、賃上げ率（2023年）は3.60％となり、1994年以来、29年ぶりに3％台となった。ただし、総務省が発表している消費者物価指数（生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数、2023年度）は、前年比3.9％の上昇となっており、前述の賃上げ率を上回った。

○ 国内外の情勢に変化

23年10月には、イスラム組織ハマスとイスラエルの軍事衝突が発生し、中東情勢が緊迫化した。24年1月には能登半島地震が発生。長期にわたる断水・停電に加え、道路の寸断により経済活動に悪影響をもたらした。このような状況の中で、日本銀行は3月の金融政策決定会合において、17年ぶりとなる政策金利の引き上げを決定した。

このように、2023年度の日本経済は、コロナ禍からの持ち直しの動きが継続しつつも、物価上昇率の高止まりにより、個人消費の改善の動きが鈍化した。国内外の情勢変化の動きも激しくなっており、実質GDP成長率は前年比0.8％増と22年度の1.6％増を下回った。

以下では、このような2023年度における県

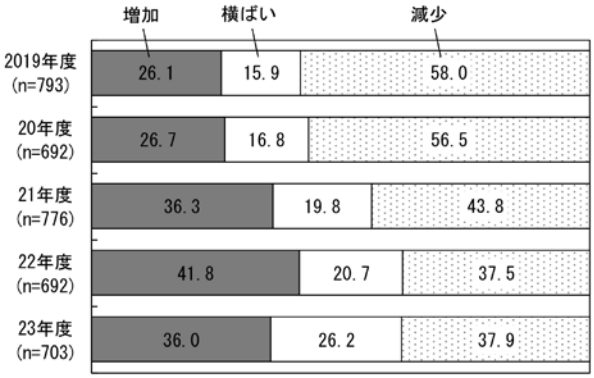
内企業の業績状況について整理を行う。

２．2023年度における県内企業の売上高

○「売上増」の企業が4年ぶりに減少

和歌山県内企業の業績状況（2023年度）について、図表1では「売上高」を整理している。前年度に比べて売上高が「増加」した企業は36.0％となり、「減少」の37.9％を下回った。「増加」の割合は、20年度より上昇傾向にあったが、4年ぶりに下降した。コロナ禍からの持ち直しの動きに一服感が見られる。

図表1 県内企業の売上高の増減（対前年度）



（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

○ 製造業と卸売業で「売上増」の企業が減少

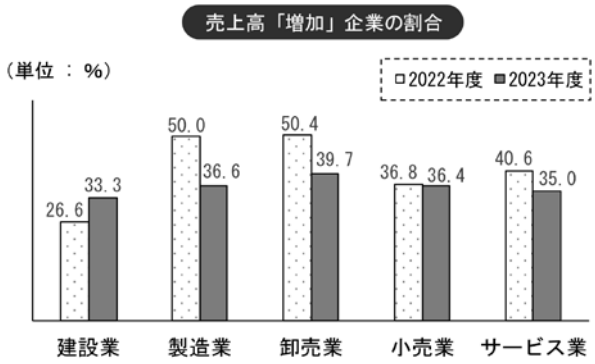
産業別に見た場合（図表2)、「増加」企業の割合は、製造業と卸売業で10ポイント超の下降となっている。その一方で、小売業、サービス業の下降幅は0.4ポイント、5.6ポイントと小さく、建設業に関しては6.7ポイントの上昇となった。製造業と卸売業については、22年度は「受注価格・販売価格の上昇」、「受注の増加」などを背景に約半数の企業が売上高「増加」と回答していた。23年度は、その反動による売上減少の可能性も考えられる。

○ 小売業、サービス業は、価格転嫁の進捗による「売上増」の企業がやや多い

サービス業については、飲食業、旅館・ホテル業で「増加」とする回答割合が高い。その要因としては、「販売価格の上昇」とする企業が多くなっている。小売業に関しては、「新規取引先・顧客の増加」、「販売価格の上昇」を売上高増加の要因として挙げる企業が多くなっている。

図表2 産業別に見た売上高「増加*」企業の割合

(*) 前年度の売上高との比較



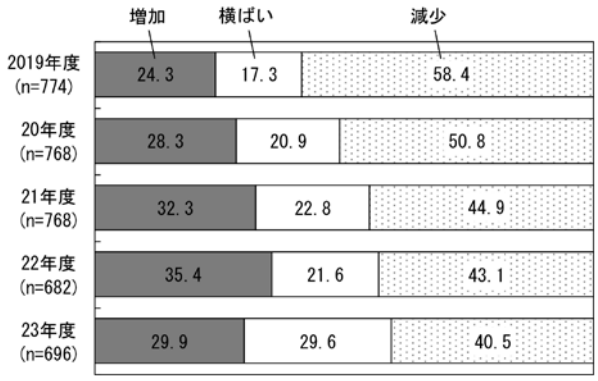
（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

３．2023年度における県内企業の営業利益

○ 県内企業の4割強が「利益減」

和歌山県内企業の業績状況（2023年度）として、続いては図表3において「営業利益」を整理する。前年度に比べて営業利益が「増加」した企業は29.9％となり、3年ぶりに3割を下回った。「減少」と回答した企業は40.5％となっており、前年から2.6ポイント減ったものの、依然として4割を超えている。

図表3 県内企業の営業利益の増減（対前年度）

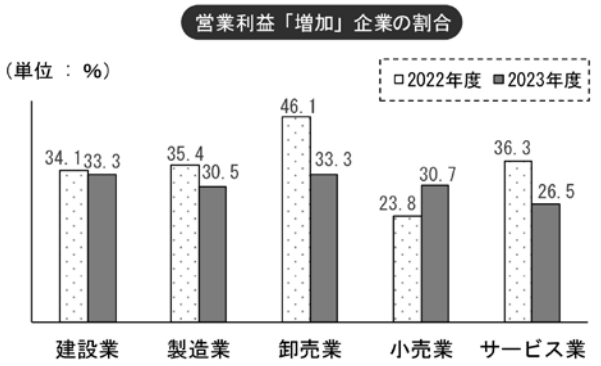


（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

○ 営業利益「増加」の企業割合はいずれの産業においても約3割

産業別に見た場合（図表4）、営業利益が「増加」した企業の割合は、いずれの産業においても3割前後となっている。営業利益の「増加」要因としては、「既存事業の売上増」、「価格転嫁の進捗」との回答が多い。

図表4 産業別に見た営業利益「増加*」企業の割合
（*）前年度の営業利益との比較

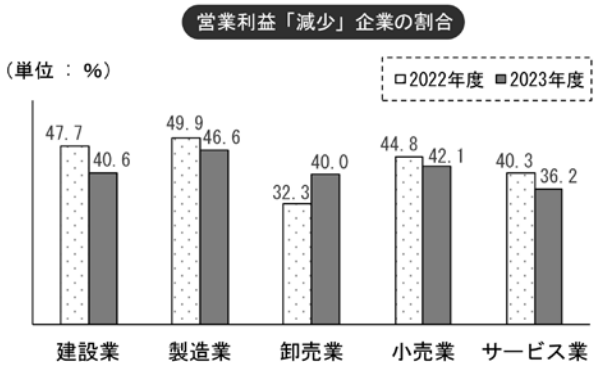


（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

○ 営業利益「減少」の企業は製造業で46.6%を占める

続いて、営業利益「減少」の企業割合を産業別に見ると（図表5）、製造業で46.6％と最も高く、その他の産業についてはいずれも約4割となっている。2023年度は、原材料等の仕入価格の上昇ペースが鈍化したこともあり、「仕入れコストの増加」で営業利益が「減少」したとする企業は22年度に比べて減っている。その一方で、「販売量・受注量の減少」により営業利益が「減少」したとする企業が増えた。

図表5 産業別に見た営業利益「減少*」企業の割合
（*）前年度の営業利益との比較



（資料）和歌山社会経済研究所「景気動向調査」

4．おわりに

県内経済は、2022年度においてはコロナ禍からの回復の動きを見せていたが、23年度に入り、製造業や卸売業を中心に一服感が見られるようになっている。その結果として、23年度の業績について、売上高が「増加」したとする企業が4年ぶりに減ることになった。その一方で、飲食業、旅館・ホテル業、小売業を中心に、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁する動きが一部で進んだ。その結果、23年度の営業利益について「減少」したとする企業は4年連続で減っている。

2024年に入り、対ドル円相場は円安に強く振れ、7月には1ドル160円台まで下がっている。円安に伴う輸入物価の上昇が、再び原材料価格の上昇を招く懸念は強い。賃上げの動きも加速しており、労働団体の連合が集計した24年の春闘賃上げ率は5.10％と33年ぶりに5％を超える高い水準となった。企業にとってはコストアップにつながる事象が多く現れている。県内企業にあっては、コスト上昇分の販売価格への転嫁が望まれるが、十分に転嫁できている企業は依然として少ない。価格転嫁の進捗のためには、各業界全体での価格転嫁に対する理解が進むこと、そして、さらなる賃上げによる消費者の購買力の向上が欠かせない。