

中小企業景況調査 (令和5年10月～12月期)

山梨県商工会連合会

○調査実施要領

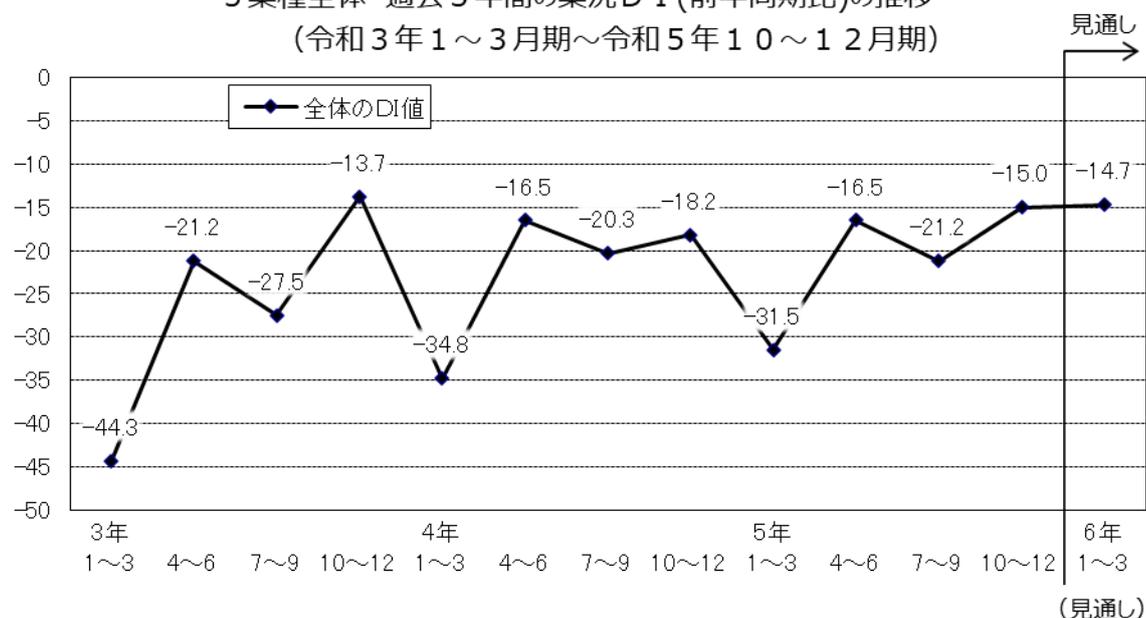
- 1 調査目的 変動激しい経営環境に即応し、経営改善普及事業の展開に資するため、中小企業景況調査を実施することにより地域経済動向に関する諸情報を収集・提供することを目的とする。
- 2 調査対象 県下19商工会の162企業（全て小規模企業）
対象業種は、製造業、建設業、小売業、サービス業の4産業
※製造業・建設業については従業員20名以下の事業所を対象。
※小売業・サービス業については従業員5名以下の事業所を対象。
- 3 調査方法 調査員が企業を訪問し、面接、聞き取りにより行う。
- 4 調査時点 令和5年11月15日

○調査結果

5 産業全体の業況概観

前年同期比でみた過去3年間の5業種全体の業況判断DIである。今期の業況判断DIは、▲15.0と前期比で6.2ポイント改善している。来期も▲14.7とほぼ今期同等の見通しである。

5業種全体 過去3年間の業況DI(前年同期比)の推移
(令和3年1～3月期～令和5年10～12月期)

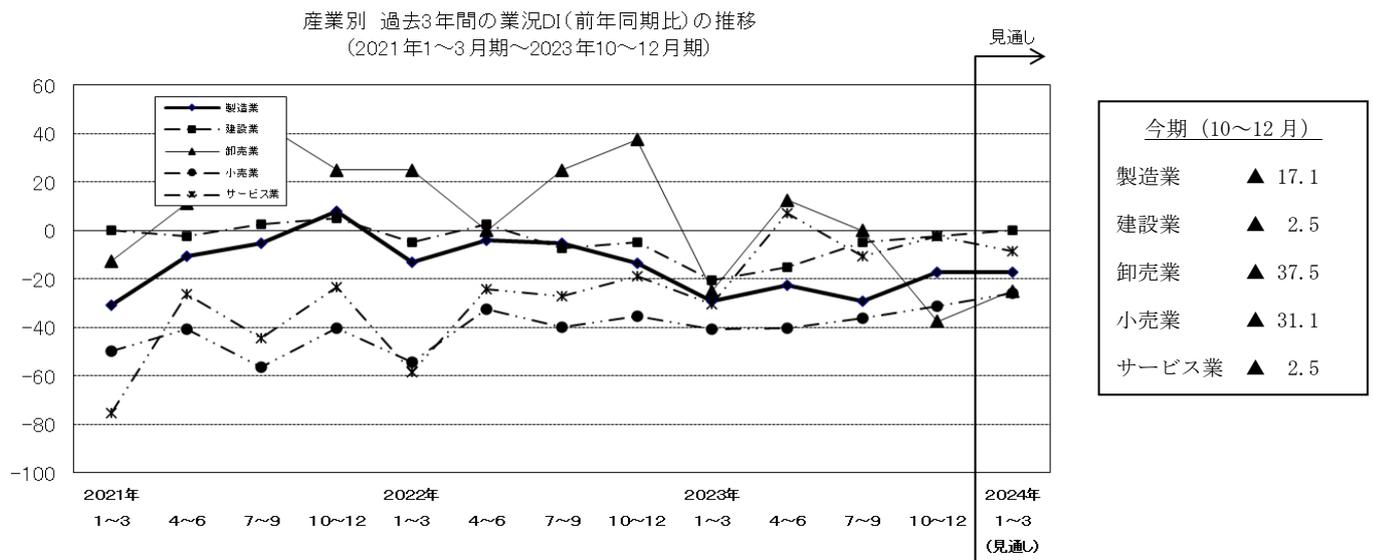


6 産業別の業況概観

次に、前年同期比でみた過去3年間の産業別の業況判断D Iである。

製造業、建設業、小売業、サービス業が前期より改善。卸売業が悪化した。製造業は▲17.1で前期比+12.2ポイント、建設業が▲2.5で前期比+2.5ポイント、卸売業が▲37.5で前期比▲37.5ポイント、小売業が▲31.1で前期比+5.0ポイント、サービス業が▲2.5で前期比+8.1ポイントであった。

来期は、製造業が今期同等、サービス業が悪化、他は今期業況判断より改善の見通しとなっている。



【注記】上記、産業全体の業況概観については、商工会調査対象162企業に甲府・富士吉田地域等からの123企業を含めた285サンプルを使用。卸売業については、中小企業基盤整備機構調査によるデータのみを使用。次ページからの産業別景況D Iについては、商工会地区企業のサンプル分析に基づくものである。

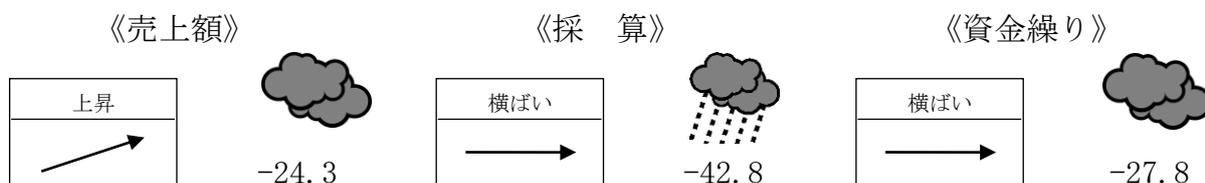
7 D I 値表示については、業種ごとに下記のとおり分析。

表示					
	好 調	やや好調	普 通	やや不振	不 振
D I	20.0～	0.0～19.9	-0.1～-19.9	-20.0～-39.9	-40.0～

(※) D I とは、ディフュージョン・インデックス (景気動向指数) の略で、各調査項目について「増加」・「好転」したなどとする企業割合から「減少」・「悪化」したなどとする企業割合を差し引いた値のこと。

(製造業の動向)

業況DI値は、▲17.1で前期比+12.2ポイントだった。



「調査企業の業況コメント」

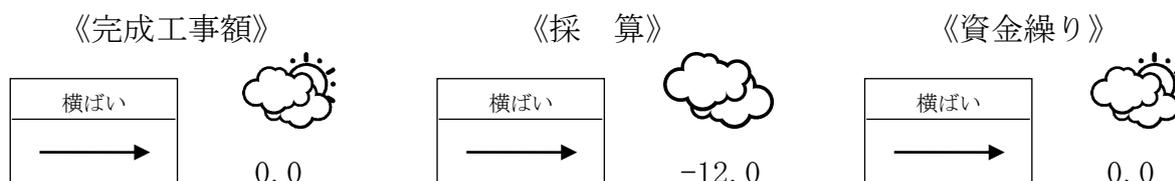
- ・コロナ禍前の業況に戻りつつあるが以前とは大きく背景が異なり、仕入価格の上昇は落ち着いたものの賃上げの動向やコロナ資金の返済等の圧迫もあり、会社経営の状況としては決して良いとは言えないと判断している。(自動車部品製造業)
- ・一部の製品において需要の停滞が見られるようになった。ここ数年増加傾向にあった為、致し方ないと思われる。(機械部品製造業)
- ・取引先の今後の具体的な経営の戦略や見通しが全く見えない状況。(通信機器製造業)

「主な経営上の問題点」(回答企業数 35 社)

1 番目に多かったのは、「需要の停滞」25.7% (9 社)、2 番目は「原材料価格の上昇」20.0% (7 社) であった。

(建設業の動向)

業況DI値は、▲2.5で前期比+2.5ポイントだった。



「調査企業のコメント」

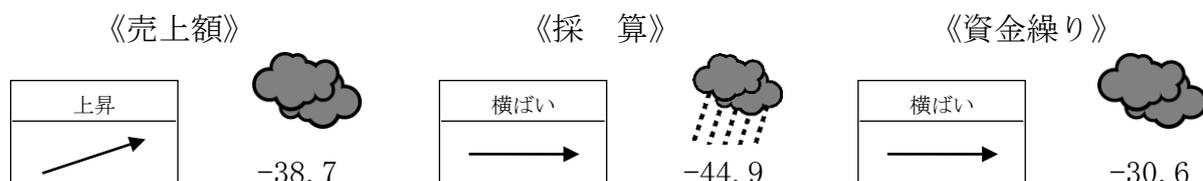
- ・引き合いはとても良好だが、熟練技術者の確保が困難なため、断らざるをえない状況が継続している。(土木・造成工事業)
- ・今期は大口工事の完成により売上が前年比167%と好調に推移したが材料等の物価高騰や労働者不足が依然として続く見込みである為受注工事には細心の注意を図り利益確保に努める必要がある。(電気設備工事業)
- ・9月～10月になり公共工事、民間工事が動き始め例年並に仕事が増えて来た。若い人が入ってくれているがもっと若い社員が欲しい。(建設・土木工事業)

「主な経営上の問題点」(回答企業数 25 社)

1番目に多かったのは、「材料価格の上昇」40.0% (10社)、2番目は「熟練技術者の確保難」の16.0% (4社)であった。

(小売業の動向)

業況DI値は、▲31.1で前期比+5.0ポイントだった。



「調査企業のコメント」

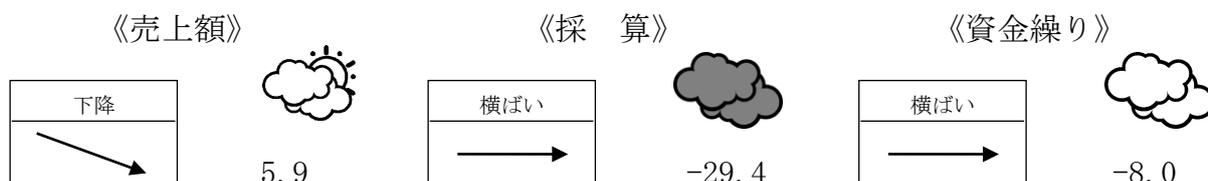
- ・コロナが5類になっても、業況の変化が感じられません。需要の停滞、仕入れ先の廃業等で商品が少なくなっているのが大変です。(呉服販売業)
- ・消費者ニーズの変化により売上低迷。現在取引顧客の高齢化により次世代のつながりに頭を悩ませている。物価高騰により仕入価格も大幅上昇。(衣料品販売業)
- ・コロナの対応も終了により売上刺激がなくなり、需要の停滞が起これば売上の減少が見られる。仕入価格の上昇等多くの要因でこの先をどうするか考えている。(寝装品販売業)
- ・残暑・暖冬の影響で季節物の暖房類が動かない。物価高で購買欲が高まらず、来客数も少なくなっている。(家電販売業)

「主な経営上の問題点」(回答企業数 47社)

1番目に多かったのは、「仕入単価の上昇」の31.9%(15社)、2番目に多かったのは「需要の停滞」の21.3%(10社)であった。

(サービス業の動向)

業況DI値は、▲2.5で前期比+8.1ポイントだった。



「調査企業のコメント」

- ・材料等の仕入単価の上昇や経費が上がっていて、利益が上がらないです。値段を上げたいが、さらなる客離れが心配です。(飲食業)
- ・コロナ禍以降変化した利用者のニーズ(貸別荘、キャンプ、民泊)に応えられない事業形態によるものが大きいと考えている。コロナ禍終息のこれからの期待している。(宿泊業)
- ・物価高で利用者が減っているように思う。料金も物価と同じように上げることがなかなかできないので、利益確保が難しくなっています。(理容業)
- ・営業収入、利益ともに堅調であるが、サービス内容が同じであれば顧客は離れて行ってしまわないかという不安があります。サービスの内容を保つだけでなく、更に良い内容を提供しなければならないと感じています。(美容業)

「主な経営上の問題点」(回答企業数 46社)

1番目に多かったのは、「材料等仕入単価の上昇」の21.7%(10社)、2番目は「利用者ニーズの変化」19.6%(9社)であった。