景況感 小幅改善

生産の持直しとコロナの規制緩和が寄与

中小企業景気動向調査（4～6月期）

当金庫が行った2023年4～6月期の「中小企業景気動向調査」の結果がまとまった。

調査期間は5月18日から6月5日。調査対象はお取引先企業996社。回答社数906社（回答率90・9％）。

業況

企業の景況感を表す業況判断DI（業況を「良い」と答えた企業の割合から「悪い」と答えた企業の割合を差し引いた値）は、全産業でマイナス20・6。前回調査にくらべ3・2ポイント改善した。生産の持ち直しや新型コロナ流行の落ち着きから、非製造業を中心に業況感が上向きつつある。

製造業は2・8ポイント改善してマイナス30・0。3四半期連続の改善。非製造業は3・5ポイントの改善で、マイナス13・6となった。

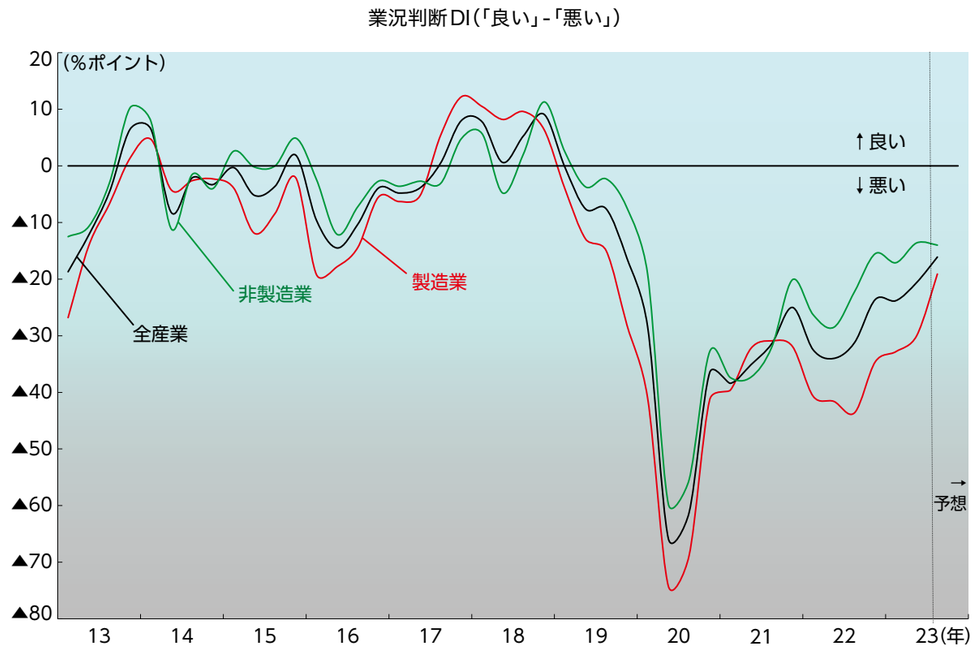
- 製造業 -

自動車部品は6・5ポイント改善し、マイナス31・5。自動車メーカーの生産が持ち直しつつあり、業況感が改善した。

機械器具部品は5・9ポイント悪化し、マイナス28・8。2四半期連続の悪化となった。原材料高が収益の下押し要因となっている。

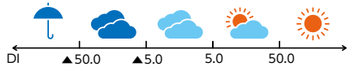
食料品製造は28・1ポイント改善し、マイナス8・3。改善幅は製造業の中で最大。コスト上昇分の販売価格への転嫁が進んでおり、売上が増加したと回答した企業が多く見られた。

金属製品と木材・木製品は悪化。繊維製品・印刷は改善した。



業種別天気図（数値は業況判断DI）

〔天気マークの見方〕



業　種	1～3月期（前回）	4～6月期（今回）	7～9月期（見通し）	業　種	1～3月期（前回）	4～6月期（今回）	7～9月期（見通し）
全産業	▲ 23.8	▲ 20.6	▲ 16.1	印　刷	▲ 63.6	▲ 50.0	▲ 55.6
製造業	▲ 32.8	▲ 30.0	▲ 19.1	食料品	▲ 36.4	▲ 8.3	▲ 4.2
非製造業	▲ 17.1	▲ 13.6	▲ 14.0	卸売業	▲ 32.2	▲ 11.7	▲ 21.6
自動車部品	▲ 38.0	▲ 31.5	▲ 5.7	小売業	▲ 25.4	▲ 22.6	▲ 31.1
機械器具部品	▲ 22.9	▲ 28.8	▲ 31.1	飲食業	▲ 25.0	4.3	4.4
金属製品	▲ 12.2	▲ 24.3	▲ 9.1	建設業	▲ 9.5	▲ 21.9	▲ 14.9
窯業・土石	▲ 55.5	▲ 56.2	▲ 53.3	不動産業	9.4	8.5	▲ 2.9
木材・木製品	▲ 14.3	▲ 37.5	▲ 37.5	運輸業	▲ 8.4	▲ 13.9	5.7
繊維製品	▲ 37.5	▲ 23.8	▲ 28.6	サービス業	▲ 15.0	▲ 8.9	▲ 10.0

窯業・土石はほぼ横ばいとなった。

- 非製造業 -

卸売業は20・5ポイント改善し、マイナス11・7。値上げの浸透やコロナが落ち着いてきたことで、売上・収益ともに改善した。

小売業は2・8ポイントの改善し、マイナス22・6。各種行事やイベントの再開等により販売機会が増加している。

飲食業は29・3ポイント改善し、プラス4・3。4半期連続の改善であり、改善幅は全業種中で最大。DIがプラスに転じたのは2007年9月期以来約16年振り。コロナの規制緩和により客足が回復傾向にあり、売上が増加している。また、仕入コスト上昇分の販売価格への転嫁が進んでいる。

建設業は12・4ポイント悪化し、マイナス21・9。仕入価格が上がっているが、「請負価格への転嫁が難しい」とする声が多く聞かれ、厳しい状況が続いている。

不動産業は0・9ポイントの小幅悪化となり、プラス8・5。「商品物件の不足」を課題に挙げる企業が多く見られた。

運輸業は5・5ポイント悪化し、マイナス13・9。慢性的な人手不足は依然として解消の目処が立たず、業界全体として厳しい状況となっている。

サービス業は、6・1ポイント改善し、マイナス8・9。法人向け・個人向けともに改善した。料金価格の値上げが進み、売上が増加した。

見通し

全産業の業況判断見通しDIはマイナス16・1。4・5ポイント改善する。製造業は回復し、非製造業は悪化する見込み。半導体不足の更なる緩和が見込まれ、自動車部品は25・8ポイントの大幅改善見通し。

特別調査「アフターコロナと中小企業」

人々の活動が活発化し景気回復への期待が高まる中、賃上げや物価高騰などの問題が中小企業にのしかかる。経営者は現状と今後をどのように捉えているのか、アンケートを行った。調査期間は5月18日から6月5日。対象はお取引先企業996社。回答社数906社。（回答率90.9％）

賃上げ等の実施状況と原資

全体の6割強が賃上げを実施

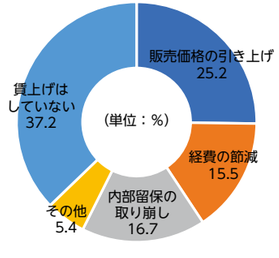
物価高騰を受け、政府は企業に対し賃上げを要請している。各企業はどのように対応しているのか。

賃上げの実施状況について伺ったところ、全体の62・8％が「賃上げした」と回答。その原資については、「販売価格の引き上げ」が25・2％で最も多く、次いで「内部留保の取り崩し」16・7％、「経費の節減」15・5％となった。

製造業では、金属製品、紙加工品、食料品製造企業の賃上げ実施率が高く、全体として70・1％が賃上げしたと答えた。「利益は大きく出ていないが、社員のモチベーションアップのために賃上げを行った」との声も聞かれた。

非製造業では、卸売業とサービス業の6割強が賃上げを実施。一方、飲食業と不動産業では4割程度に留まり、業種によって差が出ている。非製造業全体としては57・3％が賃上げを実施した。

賃上げの実施とその原資

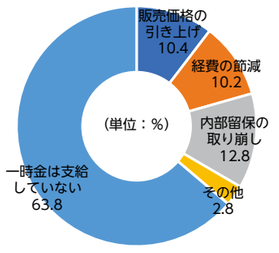


一時金の支給は控えめ

一時金の支給についても訊ねたところ、「支給した」とする割合は全体の36・2％に留まった。多くの企業が一時金の支給ではなく賃上げを行っていると推測される。

支給原資については、「内部留保の取り崩し」、「販売価格の引き上げ」、「経費の節減」の順となった。

一時金の支給とその原資



販売価格への転嫁状況

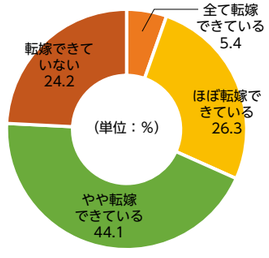
仕入価格上昇分の転嫁進む

次に、コスト上昇分を販売価格に転嫁できているか伺った。

原材料・仕入価格については、「やや転嫁できている」が44・1％、「ほぼ転嫁できている」が26・3％、「全て転嫁できている」が5・4％となった。卸売業では「転嫁できている」とした割合が84・4％となり、業種別で最も高かった。

反対に、最も価格転嫁が進んでいないのは不動産業。土地などの仕入れ価格や建築コストが上昇しているものの、販売価格への転嫁は容易ではないと見られ、61・3％が「転嫁できていない」と回答している。

原材料・仕入価格

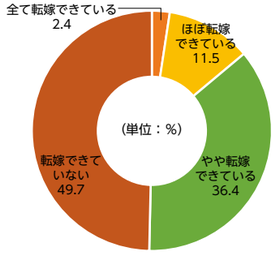


光熱費上昇分の転嫁は進まず

電力・エネルギー価格については、「やや転嫁できている」が36・4％、「ほぼ転嫁できている」が11・5％、「全て転嫁できている」が2・4％となった。

原材料・仕入価格と比較して価格転嫁があまり進んでおらず、光熱費上昇への対応は多くの企業の課題となっている。

電力・エネルギー価格



コロナ前との売上比較

4割の企業は減少

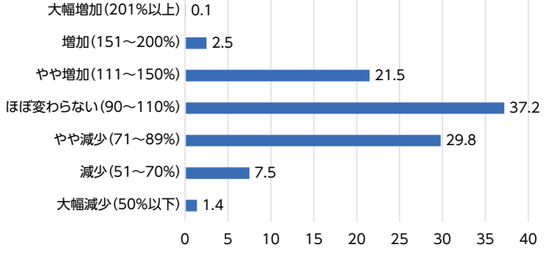
新型コロナウイルスの感染拡大前である3年前と比較して、現状の売上高がどの程度となったか訊ねた。

「ほぼ変わらない」とする企業が最も多かったが、売上が「減少した」と答えた企業は38・7％となり、「増加した」とする企業の24・1％を上回った。

製造業では、自動車部品や機械器具部品の半数近くが減少と答えた。

非製造業では、小売業や飲食業の売上減少の割合が高く、物価高騰による購買意欲の低下や生活様式の変化の影響が続いている。

コロナ前との売上比較



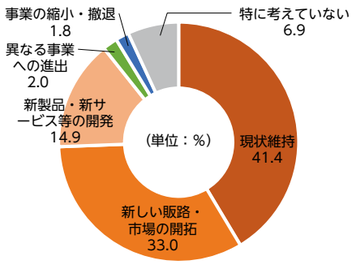
今後の事業展望

半数は新しい事業展開を展望

時代の変化とともに、企業経営の在り方も変化している。アフターコロナを迎え、3～5年後といった近い将来に向けて、現在の事業をどのように展開していきたいか伺った。

全体の33・0％が「新しい販路、市場を開拓したい」とし、14・9％は「新製品・新サービス等を開発したい」と回答した。また、「全く異なる事業を手掛けたい」とした企業も2・0％おり、全体の49・9％は新しいことにチャレンジしたいとの結果となった。

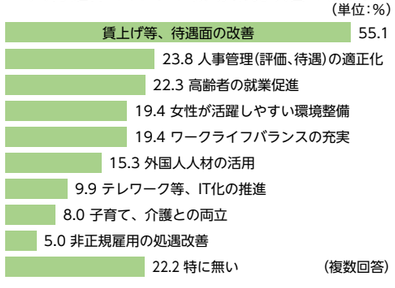
今後の事業展望



職場環境改善の施策

待遇面の改善が圧倒的

人材確保のためにどのようなことを実施しているか複数回答で伺ったところ、全体の半数以上が「賃上げ等、待遇面の改善」と回答し、次いで「人事管理の適正化」、「高齢者の就業促進」が上位となった。

売り手市場が続いており、労働者は給与の高い企業を選ぶ傾向にある。新規人材の獲得はもちろんのこと、既存の人材流出防止のため、待遇面の改善に取り組む企業が増えている。

人材確保のための職場環境改善の施策